

りゅうぎん調査

No.457
2007

11月



「虹の中に咲く花々」瑞慶山 和子



「大交易時代」金城 宏次



「マンタのまんま」座波 千明



「華の詩～風にのって～」新垣 優香



「海からの贈り物」
具志 涼子 具志 七美



「月下の華宴」真栄城 之枝

- 経営トップに聞く
株式会社琉球ネットワークサービス
- An Entrepreneur
株式会社たまぐすく村のさとうきび酢
- 寄稿
地域活性化と地域ブランド戦略

RRI No.016



Okinawan Economic Review

2007.11 No.457

RRI No.016

CONTENTS ※目次(CONTENTS)の各タイトルをクリックするとそのページにジャンプします。

経営トップに聞く 01

株式会社琉球ネットワークサービス

～ますますニーズが高まるIT技術、私達はIT技術者としての
使命と誇りをもって、これからも社会に貢献します～
代表取締役社長 上原 啓司(けいし)

An Entrepreneur 06

株式会社 たまぐすく村のさとうきび酢

～「起業家訪問」第27回沖縄の産業まつりで県知事賞(最優秀賞)受賞～
代表取締役社長 照屋 盛豊(せいほう)

寄稿 地域活性化と地域ブランド戦略 08

名桜大学国際学群経営情報教育学系 准教授 林 優子

アジア便り 上海 12

～中国における現地法人設立フローと銀行口座の種類・用途～
レポーター:瑞慶山 実(琉球銀行)
みずほコーポレート銀行(中国)有限公司営業第6チームにて研修中

りゅうぎんビジネスクラブ セミナー開催の案内 15

～「オーナー社長は必聴!! 後継者から見た事業継承」～
日時 平成19年11月26日(月) 午後2:00～4:00
会場 沖縄ハーバービューホテル 彩海の間

沖縄県の景気動向(2007年9月) 16

～建設関連は一服感がみられるものの、観光関連は引き続き好調に推移し、
消費関連は底堅く推移していることから景気判断を「緩やかに拡大している」とした～

経営情報 30

税務:親族間における土地売買の取引価格について

～著しく低い価額で譲渡した場合は、時価との差額に対して贈与税が課される～
提供 太陽ASGグループ ASG税理士法人

学びバンク 32

- ・小麦価格の上昇 ～不作で最高値を更新～
りゅうぎん総合研究所 上席研究員 比嘉 盛樹
- ・宮古島地区運転代行業のモータープール制 ～飲酒運転の撲滅を目指す～
琉球銀行宮古支店長 伊芸 弘光
- ・木材価格の動向 ～値下げ圧力強まる予想～
りゅうぎん総合研究所 調査研究部長 久高 豊
- ・雇用情勢 ～改善もなお全国と隔たり～
りゅうぎん総合研究所 上席研究員 伊佐 昭彦

経済日誌 2007年10月 35

県内の主要経済指標 36

県内の金融統計 38

経営トップに聞く

第14回 株式会社琉球ネットワークサービス



ますますニーズが高まるIT技術
私達はIT技術者としての使命と誇りをもって、
これからも社会に貢献します。

本社入居ビル

株式会社琉球ネットワークサービスは1997年(平成9年)1月に創業し、ソフトウェア受託開発及びシステム開発・運用における情報技術の提供を行なっている。創業以来売上も順調に拡大し、5つの事業部を中心に沖縄県内だけでなく日本全国並びに海外含めて広く事業展開している。那覇市久米の本社に上原啓司社長を訪ねて同社の設立経緯、現状と課題、将来ビジョン等についてお聞きした。

▶インタビュー:社長 佐喜真實 ▶レポート:企画部主席研究員 具志堅勇



御社の設立経緯について教えてください。

私(上原社長)は、大学で航空工学を専攻していました。当初は航空会社への入社も考えていましたが、縁あって沖縄に営業所のある本土のIT会社に就職しました。はじめは東京勤務でしたが、そこで技術を習得し、いずれは沖縄へ戻りたいとの希望を持ちながら頑張りました。ところが、そろそろ沖縄営業所へ異動かと言う時期にバブル崩壊に見舞われ、沖縄営業所自体が閉鎖となってしまう、予定が狂ってしまいました。私は長男であることと、沖縄に帰って地元で根付きたい、そして沖縄でITを広めたいとの思いから、1997年(平成9年)1月に那覇市前島に約10坪の事務所を借りて資本金3百万円の有限会社を立ち上げました。

会社概要

商号: 株式会社琉球ネットワークサービス
所在: 沖縄県那覇市久米2-4-16
三井生命那覇ビル8階
連絡先: 098-864-1001
設立年月日: 1997年(平成9年)1月
資本金: 30,000千円
役員: 代表取締役社長 上原 啓司
取締役 洲鎌 寿幸
取締役 平田 豊
監査役 福 直治
従業員: 145名(平成19年4月現在)
年商: 9億904万円(平成18年12月期)
支社: 東京都港区に東京支社
事業内容: ソフトウェア受託開発、システム開発・運用における情報技術の提供
関連会社: 有限会社琉球ネット商事
Ryukyu Net Solutions, Inc.

設立当初は私(上原社長)1人でその後社員を1人、2人と採用しながら実績を積み上げ、1998年(平成10年)11月には株式会社へ改組しました。仕事も順調に増え、事務所が手狭になってきたこ

とから、久米の真教寺近くにある50坪ほどの事務所に移転し、さらに業務を拡張しました。社員数も50名を超し、最終的には70名余に達した時点で、その事務所も手狭になったため、2005年(平成17年)1月に現在地に移ってまいりました。

私(上原社長)は久米という地域にこだわりがあり、久米は昔、琉球王朝の時代に技術系の人々が中国から技術を伝授しに来て、彼らが住み着いた地域であり、当社も技術系の会社ですから、先人に敬意を込めて久米に会社を構えました。久米にこだわったもうひとつの理由は、県内でも大手企業が集まるところに入居し、きっちりと腰を据えて事業を展開することが、お金では買えない信用に繋がると考えたからです。そのため思い切って現在地へ移転しました。実際に、いままでお付き合いも出来なかった本土大手からの受注も出てきておりますし、県内同業者からも以前に比べて企業としての評価が高くなったと感じております。

当社は創業して、満10年が経過しましたが、その間、ずっとこだわり続けて来たのは、売上で前期割れは絶対しない、また、赤字経営には絶対しないということです。それを10年間続ければ、どんな先輩方にも認めてもらえるのではないかと、私の経営スタイル、堅実な経営、まじめにコツコツとやっていく姿勢を理解して戴けるのではないかと考えたからです。

事業展開する上での経営方針についてお聞かせください。

この小さな沖縄県では、IT業界でも住み分けが必要だと考えています。沖縄県や市町村など公共系の仕事を主に扱う会社、県内の民間企業から仕事を請け負う会社。仕事は常にたくさんある訳ではないので、沖縄の中で競い合うと必ず何かしらの問題が生まれます。私は沖縄県内での争いを好

みません。企業として営利を追求するのは当然ですが、我社は県外の仕事を沖縄に持ち帰る、県外で技術を磨き、沖縄に技術を根付かせる。そこを常に意識しています。

県内のIT企業は共に協力しあいながら共存共栄を図るべきだと思いますし、ある会社が大きな仕事を受けた場合、技術者が不足したら声をかけてもらい、また弊社が大きな仕事を受けた場合には周りの会社に声をかけて協力してもらおう。沖縄にある「ゆいまー精神」を心掛け、同業の皆さんとうまく付き合っていくこと。

これが、私が常に心掛けている経営方針です。

当社の株主は私1人であり、他のどの会社のどの資本も入っていませんので、非常にフットワークは軽く、結論も早く出すことが出来ます。

どのメーカーのどんな開発でも対応できるように、また期待に応えられるように、常に技術者を育成し増やし、かつ、新しいノウハウの習得のための先行投資は惜しまないようにしています。お蔭様で沖縄県内のIT企業の皆様と今非常にいい形でお付き合いができています。

特定労働者派遣事業の認定も受けられていますね。

業務の性格上、外部からの依頼を受け、必要に応じて特定の技術者を派遣する場合も多々ありますので、2001年(平成13年)10月に特定労働者派遣事業の認定を受けました。設立当初は技術者派遣をしている関係上、派遣会社ではないかといろいろ言われましたが、IT業界では新しい技術や新しい製品の開発で仕事を外へ持ち出すことが出来ないことが多くあり、結果的に派遣契約で客



上原啓司社長



先に常駐して仕事をする人が多いのです。我社は様々な顧客のニーズに応えるために必要なものは積極的に取得します。

ソフトウェアのオフショア開発等についてはどのように考えていますか。

外国にオフショア開発する理由は安い人件費で大量に開発を行なう場合で、それが最大のメリットです。ただ、IT系の業務を外国に依頼した場合、外国人に技術・ノウハウを伝授するために先行投資しますが、外国人は技術ノウハウを習得すると、その能力をより高く評価をしてくれる会社へ移る傾向が高く、あるいは自分で起業する事例が多くあります。そういうこともあって機密性の高い重要な技術を要する業務は彼らには頼めない、技術の流出を防ぐためにもそうならざるを得ないところがあります。

一方で国内の地方、例えば沖縄県の場合でも人材はいますし、中央に比べて人を集めやすい面もあります。沖縄県出身者は島を出たがらないですし、ノウハウを教えても県内にとどまるので、技術の流出は少ない。当然のことながら、日本語が話せ、コミュニケーションが取れますし、感覚もわかるというメリットがあります。海外もいいのですが、国内の地方、特に沖縄県の若い人材を使ってくれるよう私(上原社長)は機会あるごとに言い続けております。

沖縄県内にはIT関連に携わっている人が、約13,000人ほどいるそうです。その中でソフト開発が出来る技術者は約3,000人弱、本土企業からみた場合、大きなIT企業1社分の技術者しか存在しないことになります。沖縄に仕事を誘致するために一生懸命PRしても、それを受け入れる体制が無ければ本土企業は沖縄の企業に仕事を任せすることはしません。

沖縄にオフショア開発のような大量の仕事を誘致するためには県内のIT企業がもっとたくさん若い人材を採用し、IT技術者として育て上げ、数百名から数千名規模の会社として成長していくしかないと考えています。

技術者の育成に力を入れているようですね。

私たちのIT業界は日進月歩で成長しています。常に新しい技術が生まれ、新しい開発手法が次々にでてきます。様々な開発依頼に応えるために技術者の育成はとても重要なことです。

特に力を入れているのは組み込み開発の技術分野です。組み込み開発の技術というのは、私たちの身近な生活でたくさん使われています。例えば携帯電話やデジタル家電、車などコンピュータ制御が必要とされる様々なものには、プログラムが書かれた基盤が組み込まれて制御されているのです。私たちの生活は組み込み開発技術の発展で大きく変わりました。従来まで機械式に行われていたものがコンピュータ制御により多様化され組み込み開発技術により小型化されたのです。また、この技術は日本が最も得意とし、世界に誇れる素晴らしい技術です。

組み込み開発の技術者は新聞や雑誌で数万人不足していると言われていています。私(上原社長)は仕事を受注するために、特別な技術を習得し優位性を持ちたいと考えています。組み込み開発技術はとても難しく複雑で簡単には技術者を育成できませんが、確固たる信念と地道な努力により必ず結果を出していきたいと考えています。

また、他のIT企業にも呼びかけ今年4月にLLP組込技術推進プロジェクトを県内IT企業10社で立ち上げました。

また、それ以外にERP(Enterprise Resource Planning)統合業務パッケージのような企業の基

幹業務(財務・会計・生産・販売・調達・在庫・人事)などを統合したソフトウェアの開発やインターネットや携帯電話を活用したWeb業務Javaアプリの開発にも力を入れています。

東京支社も開設されていますが、その業務の中心はどういったところにあるのでしょうか。



東京支社作業風景

2003年(平成15年)4月には東京支社を開設いたしました。IT業界でも他と同様に仕事も豊富にあるのは東京です。沖縄に仕事を誘致するために窓口となる東京支社を立ち上げ、開発業務の上流工程を客先や東京支社で行い、詳細設計から開発・テストまでを沖縄で実施します。

2007年(平成19年)8月にプライバシーマークの認定を受けられました。

セキュリティ面でも厳しく問われる時代ですので、プライバシーマークの取得の必要性を感じ、コンサルタントを入れずに自分達で取り組みました。そのため時間はかかりましたが、社員一体となってやりましたので達成感があります。

プライバシーマークがないと大手企業からの依頼がある場合に信用面で業務受託のチャンスを逃すことにもつながりかねません。したがって、業務の必要上、認定取得しました。



取得後も2年ごとに更新の必要がありますので、常に意識しながら業務展開を行なっています。

携帯電話等デジタル家電用組込ソフトウェア大手のアプリックス社との業務提携についてお聞かせください。

アプリックス社は携帯電話に搭載されるJavaエンジン世界3割のシェアを持つ最大手です。この業務を請負うべく同社に何度も通いPRしました。業務提携したのはソフトウェアの機能テスト部分でアプリックス社の品質評価業務を当社が請負っています。最初3~5名のチームを当社内に立ち上げ、アプリックス社からも何名か来ていただいて、業務が問題なく遂行できるか試みて、それが可能だと判断され業務提携が出来ました。現在、当社のクォリティーアシュアランス事業部がアプリックス社の開設した沖縄評価センターに向き評価作業を行なっています。

今回県内5大学から各1人の学生をシリコンバレーへの派遣する支援もなされていますね。

シリコンバレー(USAサンフランシスコ)に関連会社としてRyukyu Net Solutions,Inc.を2002年(平成14年)に開設しました。

世界の最大手IT企業が集まっている場所でもありますし、国内の仕事だけではなくグローバルに事業展開するため窓口機能として会社を設立しました。沖縄の学生に世界最先端の場所でグローバル企業を視察・研修させることにより、世界で活躍する人材になって欲しいという思いからNPO法人沖縄知の風と共に支援しています。

そのほか、文部科学省委託平成19年度「専修学校教育重点支援プラン」実施委員会委員の任命を受け、教育プランの検討や育成スクールへの参加

等も手がけています。新たに那覇日経ビジネス工学院との提携も行い、インターンシップの場も提供しています。

御社の企業理念、経営理念についてお聞かせください。

当社は技術会社ですので、企業理念は「技術を活かし、新しい時代を作る」としております。また、経営理念として以下の3点を掲げています。

1. 健全な事業活動を通じて豊かさと夢を実現する
 2. 信用を重んじ迅速かつ確実に行動する
 3. 広く社会に貢献するグローバルな企業を目指す
そのための行動指針として次の5点も掲げています。
1. 経営理念に従い、誠実に行動する
 2. 法と規則を守り、高潔な倫理を保持する
 3. 常に目標を持ち、前向きな姿勢を保持する
 4. 思いやりの精神を忘れない
 5. 環境の保全に充分配慮する

ロゴマークの意味付けは？



以下のとおりです。

誕生…3つのひし形は沖縄県(南部・中部・北部)を意味しています。

目覚め…那覇から東の空に向かって朝日が差し込む様を色合いで表現しています。

飛躍…一匹の真っ赤な龍が那覇から本土・世界に向けて(東の空)舞い上がっていきます。

社内の従業員教育で特に配慮されている点は？

開発会社ですので技術習得のための講習会や有償の研修にも積極的に参加させています。

また、社員が自発的に企画し、語学(英会話)の勉強会、OracleEBS、SUN-Java開発言語の勉強会、

国家試験対策などいろいろあります。

他方、メンタル面での教育という点でクラブ活動も支援しています。メンタルヘルスケアも重点課題の一つとして産業医も置きながら、会話をしながら悩み等を解消出来るようにしています。社員旅行も社員の要望を取り入れ、海外旅行が多いのですが、毎年実施しています。

御社の課題、将来ビジョンについてはどうでしょう。

課題は多いと考えています。むしろ、常に何が課題か探すようにしており、その課題の解決に取り組んでいます。例えば、給与面・待遇面の更なる改善などもその一つでしょう。

将来的なビジョンとしてはこれからも技術に磨きをかけ、若い人材をIT技術者へと育成し、国内・海外のさまざまなIT業務に対応できるようなグローバルカンパニーを目指していきたいと考えています。

沖縄は住みやすいとても素晴らしい島です。私(上原社長)は沖縄に生まれてきたことを誇りに思っていますし、沖縄のために何が出来るかを日頃から考えるようにしています。

私が出来ることがIT業界を盛り上げて沖縄にたくさんの仕事を作り、雇用を拡大して若い人材をたくさん採用しIT技術者へと教育していく。それが私の使命なのだと考えます。

現在、売上は約10億円、従業員は150名ですが、これまでやってきた実績から売上30億円、従業員300名は充分可能だとみています。

将来的には売上100億円、従業員1000名を最大の目標として掲げ、これからも誠心誠意を持って取り組んでいきたいと考えています。

強く熱い思いがあれば、きっと願いは叶う。今後ともご支援の程、宜しくお願い致します。

レポート:企画部主席研究員 具志堅 勇

株式会社

たまぐすく村のさとうきび酢



せいほう
照屋盛豊社長

事業概要

- 会社名 (株)たまぐすく村のさとうきび酢
- 電話 098-948-2003
- 所在地 沖縄県南城市玉城喜良原546-1
- 設立年月 平成13年12月
- 資本金 7,700万円
- 従業員 5名(照屋社長含む)



経営トピックス

1. 玉城商工会及び会員が中心となった地域資源活用型の会社(株主の殆どが商工会会員)
2. さとうきび酢は第27回沖縄の産業まつりで県知事賞(最優秀賞)受賞
3. 東京ビジネスサミットにも4回の出展

① 起業への道のり

当社の起業のきっかけは、私(照屋社長)が玉城村商工会事務局長の際、1998年(平成10年)商工会役員研修で当時の沖縄県商工会連合会地域プランナーであった金城清郎氏と出会ったことに端を発しています。

金城氏は、さとうきびの魅力について語り、同氏から黒砂糖しか作らないのはもったいないことであり、他の製品化の検討もすべきとの助言をうけました。その時に戦前の沖縄と同じように奄美の加計呂間島では昔ながらのきび酢を自然発酵させる形で製造していることを知りました。そこで地域の特産品であるさとうきびの新たな活用法についての研究を始めたところ、元県工業試験場食品研究室長の照屋比呂子氏が以前さとうきび酢を作った実績があるとの話を聞き、1999年(平成11年)に照屋氏に玉城村のさとうきびを使った試

作品の製造をお願いいたしました。完成した試作品の試飲会を実施したところ、良好な結果を得ました。

事業化を進めるべくさらに研究を重ねるとともに、2001年(平成13年)12月に商工会会員の出資により会社設立をいたしました。翌年には技術員を採用し、合わせて株主・役員総出で搾汁作業、原料調達を行いました。さらに地場産業振興事業補助金(県商工労働部工業・工芸振興課)500万円を受け、商品名、ラベル、ボトルの形、容量等を決定し、2003年(平成15年)に商品化にこぎつけました。

現在、「たまぐすく村のさとうきび酢」の名称でさとうきびの品種「農林10号」を原料とした赤い色の「ルビー」と「オガサワラ」を原料とした琥珀色の「トパーズ」の2つのきび酢商品を500ml、180ml、70mlの3種類、また沖縄そばの薬味や調味料としても使える「コーれーぐー酢」75gを出荷しております。

② 起業時の苦労等

会社設立時、資本金や補助金等は設備投資資金として出てしまう訳ですが、まだ売上の計上がない状況でしたので、資金繰り面は厳しいものがありました。

また、商品化した時点でも、「さとうきび酢」は全く知られていませんでした。丁度そのころ「もろみ酢」が全国的にもブームになっていた時期でもありましたが、さとうきびなら黒糖、黒糖は健康に良いというのが一般的認識でした。そのため酢ではなく黒糖を作って欲しいとの要望も多々ありました。県外の「わたしたショップ」にも出荷しましたが、当初は認知度の低さから全く売れませんでした。

創業時の資金繰りも含めて苦しい時期を乗り越えてこれたのは、株主でもある商工会各会員が他に本業を持っていて、きび酢製造事業はボランティアで参加してくれたこと、これが大きいといえます。その結果として、技術員の給与や借入れも含めて固定費の支払いも滞りなく出来ました。その後、各地の特産品フェアや健康フェスティバル等にも出展し、「たまぐすく村のさとうきび酢」を知って貰うべくPRし続けました。

その甲斐あって、2003年(平成15年)11月の「第27回沖縄の産業まつり」で県知事賞(最優秀賞)をいただきました。また、平成17年2月に公的金融機関から新事業支援出資を受け、そのことが当社の信用を一層高めるものとなりました。

③セールスアピール

■安全・安定した品質のさとうきび酢
お酢の力で健康増進。ミネラル豊富な「たまぐすく村のさとうきび酢」は、お酢の優等生

「たまぐすく村のさとうきび酢」は、玉城で潮風に育まれた元気なサトウキビを、カリウムやマグネシウムなどのミネラルまるごと搾って生れました。特にカリウムが他の食酢に比べて飛び抜けて多く含まれているのが特徴で、カリウムは塩分のナトリウムの排出を促し血圧を下げる作用があり、できるだけ多く摂取したいミネラルです(後述 効能の項参照)。



■アルコール分のない「コーレーグー酢」

島唐辛子を漬け込んだ「さとうきび酢」で作った「コーレーグー酢」は、ホットな調味酢として、餃子、鉄板焼き、お酒のつまみに振りかけて、甘辛の個性ある味をお試し下さい。

また、従来の「コーレーグース」は、酢に泡盛を加えているためアルコールの苦手な方にはあまり好まれません。当社の「コーレーグー酢」は、さとうきび酢に島唐辛子を漬けているので、アルコールの苦手な方にも好評です。



コーレーグー酢(75g)

■沖縄の産業まつりで県知事賞受賞

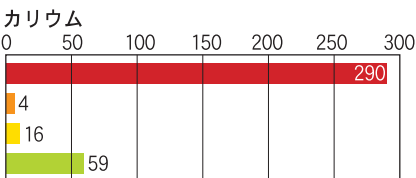
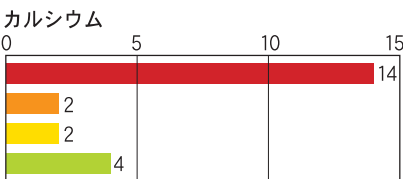
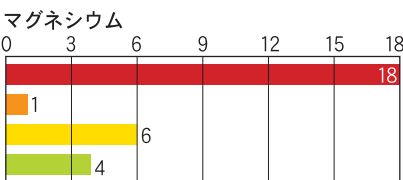
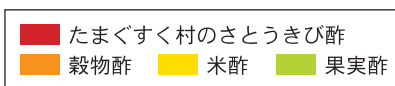
繰返しになりますが、2003年(平成15年)11月に開催された「第27回沖縄の産業まつり」において食品の部で県知事賞最優秀県産品の栄誉を受けました。このことは「たまぐすく村のさとうきび酢」が優れた商品であることを裏付けるものと言えます。

■さとうきび酢の効能

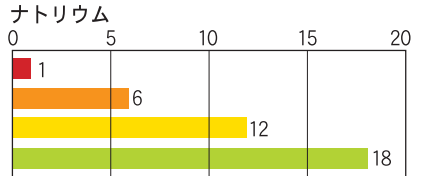
「たまぐすく村のさとうきび酢」は搾り汁に泡盛(他社では通常は工業用アルコールが使用される)を加え、酢酸菌で発酵させた後、熟成させて作っています。この泡盛のアルコール分はすべて酢酸に変化します。本品の効能として以下の作用があります。

- ・疲労回復 ・動脈硬化予防
- ・血中アルコールの低減
- ・胃液分泌促進・高血圧予防
- ・血糖値上昇の抑制(糖尿病予防)

もともと酢酸は疲労回復や高血圧予防に効果がありますが、カリウムやマグネシウムなどのミネラルを含むさとうきびを加えた「たまぐすく村のさとうきび酢」はその効果がさらに増しているといえます。



左下グラフのとおり、「たまぐすく村のさとうきび酢」は原料のさとうきびを丸ごと搾って作っているため、他のお酢に比べミネラルが豊富に含まれています。



逆に塩分等ナトリウムは少ないという特徴をもっています。この分析結果からも「たまぐすく村のさとうきび酢」の優れた特性がわかると思います。その結果、一般の人はもちろん、ドレッシングや隠し味として、ホテルやレストランのシェフからも高い評価をいただいています。

■高次元の商品開発コンセプト

当社の商品開発コンセプトは、単なる健康食品の開発にとどまりません。生産する過程で文化や資源、食材としてのさとうきびを見直し、さとうきび農業の振興、ひいては地域の第一次産業の振興や観光産業への波及効果を高めることを目標としています。当社はさとうきびを活かした新たな地場産業の創造を図ることを念頭において取組んでおります。

■最後に

東京ビジネスサミットへの出展も今年で4回目となりました。最初の頃は全く相手にもされませんでした。地道なPR活動等を継続したことにより、認知度も高まってまいりました。将来的には亜熱帯資源としてのサトウキビをテーマにした「さとうきび文化村」(歴史資料館、体験学習圃場、発酵食品館、ふれあい広場等)構想の核となる新たな商品群の開発を目指したいと考えています。

レポート

企画部 主席研究員 具志堅 勇

地域活性化と 地域ブランド戦略



福岡大学大学院商学研究科
博士課程前期修了
福岡大学大学院商学研究科
博士課程後期修了
(商学修士)
(専門 経営戦略)

名桜大学
国際学群 経営情報教育学系
准教授 林 優子

はじめに

現在、多くの地域においていろいろな意味でそのあり方が注目されている。魅力ある都市づくり、地域づくりをテーマにさまざまな取り組みが実施されている。例えば、地域の観光資源や特産品を活用することで地域振興や地域活性化を試みるものや、これまでの地方行政の見直しとともに財政難に直面し、近隣市町村との合併や連携を強めることで新しい地域のあり方を模索しようとするものなどをあげることができるであろう。

このような中であって沖縄県でも地域振興・地域活性化に向けての取り組みがさまざまな形でおこなわれようとしている。近年の沖縄は「沖縄ブーム」の波にのって全国の他の都市や地域とともに大きな注目を浴びており、それが観光客数の大幅な増大をもたらしている。また、全国的な少子高齢化社会の流れとともに人口減少時代への突入が叫ばれる中であっても、本県は人口増加と移住者の増加という現状である。しかしながら、観光客数の大幅な増大にもかかわらず、観光客の満足度はそれほど高くないという結果がでてきている(2006年度「沖縄県観光客満足度調査」)。さらに、沖縄県への移住者についても受け入れ態勢が未整備のまま進行しているため、自然環境・景観問題などが一気に露呈するかたちとなっている。

地域活性化、地域振興そして地域づくりにおい

ては、「地域」のもつ限られた資源に対していかに取組んでいくべきか、地域経営あるいは地域マーケティングの視点が重要となる。

そこで、まず地域経営あるいは地域マーケティングとは何かについて考え、昨今注目されている具体的な取り組みとして「地域ブランド」づくりについて先行事例を紹介しながら、今後の沖縄県における「地域ブランド」づくりの課題を考察していくことにする。

1. 地域経営あるいは地域マーケティング

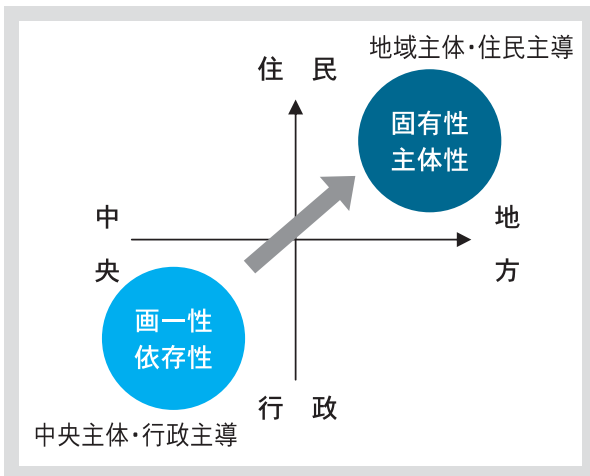
もともと「地域」とは、町内や集落レベルから地球規模レベルにいたるまでのいくつかの階層を積み重ねた重層的構造をもつ概念と理解されている(岡田他1997)。地域経営とは、「地方自治体の組織における経営にとどまらず、住民・企業も含めた地域全体の運営に対する経営的概念の導入を意味する」(宮脇淳1999)とされている。

地域全体となれば、居住住民は当然ながら、それ以外の他地域の人々・企業だけではなく、観光客も含む、多様な利害関係者の存在がそこにはある。それら多様な主体が、居住住民の「生活の場」としての地域に対して、居住地域の住みよさ、住民満足を目的として、あるいは観光客も含めた「商品」としての「場所」である地域に対して、他の地域との差別化、優位性を目的として取り組む、地域マーケテ

キングの考え方が重要となってくる。

昨今言われている「地域活性化」「地域振興」「地域づくり」は、各自治体のみならず多様な利害関係者による主体的なかかわりによってもたらされる地域経営あるいは地域マーケティングであろう。具体的には「地域ブランド」づくりである。

地域自立へのパラダイムの転換図



出所：財団法人東北開発研究センター
『創造地域ブランドー自立をめざしたまちづくり』2005

2. 地域ブランドとは

近年注目されている地域ブランドとは何かについてみていくことにする。なぜ注目されているかといえば、この地域ブランドを構築することで、地域活性化あるいは地域の再生の戦略の一つとして大きな効果をもたらすであろうということと、そのことによって、他の地域や他の製品との優位性を創造することができるばかりか、自分の地域あるいはその産品が「選ばれる」という差別化を生み出すことができるためと考えられているからである。

そもそも「ブランド」とはまず何であるかをみることにする。ブランドとは、ネーム、シンボル、マーク、デザイン、ロゴなどからなり、歴史的にはある生産者の製品を他の生産者のそれから区別する手段として出てきたものである。もともとの言葉は、焼き印をつけることを意味するという(陶山・梅本

2000)。その後、ブランドはファッション製品や高級品に特有の存在ではなく、あらゆる企業にとって持続的な競争優位をもたらす重要な経営資源であるという研究が進むことで、ブランド戦略は企業のマーケティングや企業経営に重要なものとして定着するようになったという(陶山他1994)。製品は工場で作られるが、ブランドは顧客が購入するものであり、製品は競合企業によって模倣されるがブランドはユニークである。製品はすぐに陳腐化するが、成功するブランドは永遠の生命をもつものであり、製品はその実体が提供する属性や便益を超えて、それを購買・使用することの能動的意味づけに対する共感を顧客から得ることを通じてブランドになる(陶山・妹尾2006)。製品ブランドの基本は、それに固有の差別優位的な意味をネーミングやデザイン、さらにはスローガンをはじめとするコミュニケーションを介して表現することにあり、このことを原点として、ブランドを構築する対象を製品から事業へ、さらには企業、産業へ拡大し、ブランドのパワーを活用することによって地域あるいは都市のブランド化戦略へと発展しているのである(陶山・妹尾2006)。

では、地域ブランドとは何か。従来の地域ブランドとは、伝統工芸品、農林水産物に代表されるように「地名+産品」といったもので、よく事例として挙げられるのが、青森りんご、新潟コシヒカリなど、その地域ごとに抜きん出た産物、技術に、その地名を冠したブランド化である。

また、現在、多くの自治体によって取り組まれている地域ブランドづくりであるが、まずは、「モノのブランド化」である。これは地域性のイメージを統合し、アピール効果を強化することで相乗効果を高めたりするものが多い。具体的には、北海道ブランドは、北海道の大自然という地域性が豊かな

農産物、雄大なスケールといったイメージを喚起させ、そのことが製品の販売や誘客に大きく貢献するというものである。つまり、地域イメージを表出することによって産品に新たな価値を加え、地域の製品・産品の競争力を高めるというものである。これらについては、モノの生産者とそれを政策的に支援する自治体によって取り組まれているものが多い。

さらに、もう1つの「地域ブランド化」とは、地域の本質的な価値の向上を目指す「地域固有の資源(自然・環境・景観・産業・技術・文化、人など)を活用して地域の魅力を創出し、定着させることにより、地域住民が評価、支持する価値づくり」(財団法人東北開発研究センター2005)をさし、地域のアイデンティティの構築をめざすものである。この場合、主体はそこに住む地域住民であり、その訴求対象も住民やその価値を共有する人々で、地域の暮らしに対する住民の満足を生み出すこと、地域内部の自己実現を目指すことが大きな目的とされる。つまり地域住民が求める地域のあり方を具現化するための、継続的な地域づくりの積み重ねが地域のブランド化である。そうすることによって経済価値では計りえないものづくり、地域トータルの暮らしの価値を高め、その価値を共有する「支持者・賛同者」を広げる取組みである。

3. 事例

(1)モノのブランド化=かごしまブランド

鹿児島県は平成元年に、鹿児島県流通園芸課内に「かごしまブランド推進本部」を設置した。設置の目的は、多様化する消費者ニーズに対応できるよう品質の良いものを、量をまとめて、安定的に出荷できる競争力の強い産地の育成「定時・定量・定質」の実現に向けて取り組まれる。ここでは農

産物・農畜産物13品目19産地をブランド指定し、ブランドマーク(ブランド商標マーク)を発行する。

これらのブランドを認識・選別できるようシール貼付・指定認定証を発行することで流通体制の整備を行い、ブランドマークのシール、指定認定証、指定店看板の掲示などの幟や卓上の幟を作成し、関係機関に配置することでプロモーション活動を行う。

このような県主導によるブランド構築にはかなりの成功を収めているといえるであろう。それは「黒豚」「黒毛和牛」「黒××焼酎」というように「黒」のイメージの定着にあらわれている。なぜ、鹿児島県を取りあげたかという点、沖縄県と製品や地域産品が重複しており、そのなかでいち早くブランド化に取り組むことで製品としての差別化・優位性を確保しているためである。

(2)地域ブランド=大阪ブランド

大阪といえば、食・文化・芸術・歴史・スポーツ、有名企業、モノづくり企業といったさまざまなプラスの面を思い描く人が多いが、もう1つのやくざの街、刺青、がさつ、汚い、交通渋滞、マナーの悪さといったマイナスの面を真っ先に考える人も最近では多くなったという。

ある意味、大阪という都市・地域のブランドは既に出来上がっている反面、世界には通用する都市とは言えず、ブランド力の喪失が都市の衰退をもたらすのではないかという危機感のもと、2004年9月、行政・経済団体などを中心として「大阪ブランド戦略」を推進するために「大阪ブランドコミッティ」が設立された。大阪という言葉から連想される良いイメージ(ブランド=都市魅力)を回復・向上・確立し、情報発信することが活動の主な目的とされる。そして、「大阪の再生」を目指し、新たなイメージを創出し、定着させ、人、もの、資金、情報、企業

を呼び込むための仕組みづくりをねらったものであった。そこでの活動内容は、大阪の魅力をアピールできる歴史・伝統・文化遺産、優れた技術・企業・人材などを「ブランド資源」(大阪の強み)として発掘または再評価する活動として「大阪を知る」を、「ブランド資源」について、価値の明確化、新たな魅力の付加などにより、その魅力を増大させる活動として「大阪を磨く」を、「大阪ブランド」を統一的消息として、国内外に向けて戦略的に発信する活動として「大阪を語る」を基本に取り組みされた。

魅力ある都市の指標(世界の都市ブランド価値ランキング)によると、都市のブランド価値の格付けは、①存在感(国際的な地位や評判)②空間(美しさ、雰囲気、そのほかの物理的な属性)③ポテンシャル(経済面や教育面の機会)④躍動感(都会としてのアピール性やライフスタイル)⑤人々(親密感、開放感、文化的多様性や安全性)⑥前提条件(ホテル、学校、公共交通、スポーツなどのインフラの質)の6つの指標によって行うことができるとしている。これは、必ずしも経済的な価値を中心とする企業ブランドの価値を文化や歴史、伝統、環境や生活インフラなども含む国や都市・地域のブランド価値とは同じレベルで簡単に比較することはできないが、都市や地域が人口規模や経済力の面でのみ評価されることはないということができるだろう。沖縄も人口規模、経済力の面では大都市と比べることはできないが、それ以外では多くの魅力ある資源がある。それをどのように活かすかがカギとなるであろう。

4. 沖縄でのブランドの育成の課題

地域ブランドを構築するとはどういうことか。現在、沖縄でも数々のブランド化戦略がとられている。沖縄には沖縄という地域特有の生活・食・伝

統文化や自然が多く存在し、観光客もそのイメージを共感することを目的として訪れている。

沖縄らしい、海の美しさ、風景など沖縄という一つの地域としての統一的なイメージはかなり確立されたように思われるが、それら沖縄らしい魅力ある地域資源にさらに相対的希少価値を付与する仕組みをどのように構築していくのか。その手段として、その地域で産出される農水産物や加工品などは積極的に「地域団体商標制度」を活用しつつブランド化が進められている。これは地域の外部に送り出すブランド化である。

また、沖縄らしい伝統文化が多く残った施設や観光地、そして商業施設などが多くの来沖者の旅行の目的の一つとして確立しつつある。ただ、観光客満足度調査においても指摘されているように、総合的には満足だが、施設の設備や料金体制についてはやや不満が残る結果となっている。これらの観光施設などにたいしてのブランド化の確立、つまり地域の内部に引き入れるブランド化の構築をどうするか。多くの検討課題が残る。

参考文献

- 岡田知弘・川瀬光義・鈴木誠・富樫幸一(1997)『国際化時代の地域経済学』有斐閣
- 宮脇淳(1999)『「公共経営」の創造－地方政府の確立を目指して』PHP研究所
- 陶山計介・梅本春夫(2000)『日本型ブランド優位戦略』ダイヤモンド社
- 陶山計介・宮崎昭・藤本寿良変(2002)『マーケティング・ネットワーク論』有斐閣
- 財団法人東北開発研究センター(2005)『創造地域ブランド－自立をめざしたまちづくり』河北新報出版センター
- 陶山計介・妹尾俊之(2006)『大阪ブランド・ルネッサンス－都市再生戦略の試み』ミネルヴァ書房
- 関満博・及川孝信編(2006)『地域ブランドと産業振興』新評論
- かごしまブランド:鹿児島県庁ヒヤリング

上海 アジア便り vol.03



レポーター：瑞慶山 実（琉球銀行）

みずほコーポレート銀行(中国)有限公司営業
第6チームにてトレーニーとして在籍中

中国における現地法人設立 フローと銀行口座の種類・用途

日本から中国への投資は、中国の改革開放政策が始まってから、天安門事件や中国の経済政策調整で一時的に冷え込みはしたものの、年々増加傾向にあり、2001年のWTO加盟後は中国でのビジネスチャンスを獲得すべく、いっそう拍車がかかっています。しかし、中国は社会主義国であり、行政手続上の規制が多く、現地法人設立の際に行わなければならない手続きや銀行口座の知識を身につけることは、中国への進出検討を進める上で重要なことです。今回は、現地法人設立までの流れと、銀行口座の種類・用途について紹介します。

1. 現地法人(独資)設立フロー

① 企業設立地の土地建物の契約

進出地を決めることは、企業名称を申請する際にも必要となるので、早い段階で予定地を決定することが重要です。

② 企業名称確認申請

工商行政管理局へ希望する会社名で設立可能かの確認を行い、可能であれば登記します。会社名の構成は「地域名+屋号+業種+会社形態」が一般的です。

③ 臨時資本金口座作成

コンサルフィー、内装工事費用、不動産手付金等で現地法人設立前に支払いが発生した場合、資本金の一部としてカウントさせたい場合に、臨時資本金口座を通して支払えば、資本金の一部としてみなされます。

④ 企業化調査報告書(F/S)作成

企業を立ち上げる段階で、主管政府部門に、設立に至るまでの交渉を継続してよいかどうかの伺いを立てるための報告書です。

⑤ 定款の作成

関連法規を遵守しつつ、企業風土を反映させた定款を作成します。

⑥ 企業化調査報告書、定款の申請・認可

企業化調査報告書、定款を主管部門に提出し、申請後30日以内に回答書(批复)にて認可があります。

⑦ 組織番号証の申請

主管部門、工商、外貨管理、財務、財政、統計、税関、社会保険、公安、金融機関等々以後の政府機関等の登記事項全般を一括管理するための企業番号を取得します。

⑧ 設立認可の申請

すでに企業化調査報告書の認可を受けていることから、申請後3日以内で設立認可証(批准証書)が交付されます。

⑨ 営業許可証(仮)の取得

設立認可証を受け取ってから、30日以内に工商行政管理局で設立登記を行います。登記の所要日数は10日以内で、登記終了後に営業許可証(企業法人営業執証)が交付されます。この時点で営業は可能となりますが、登録資

本金がこの時点ではまだ入っておらず、正式な営業許可証ではないため、俗に「仮の営業許可証」と呼ばれています。

⑩社印作成

営業許可証ができあがると、公安局で社印(公印、契約印、財務印、税関印、法人代表印)の作成申請をします。作成許可が下りると、指定の印鑑業者にて社印を受け取ります。この時、公印登記は印鑑作成業者が代行で行ってくれます。

⑪外貨登記

管轄地の外貨管理局で外貨登記を行い、当日中に外貨登記証、外貨登記ICカードが交付されます。

⑫資本金・外貨決済口座作成

外貨登記が済むと、資本金口座、及び外貨決済口座が作成でき、日本からの資本金送金が可能となります。

⑬資本金検査報告書作成

資本金の払込が終了すると、中国公認会計士事務所による資本金検査(验资)がなされます。問題がなければ、企業は資本金検査報告書(验资報告書)を受領し、工商行政管理局へ提出し、営業許可証の差し換えを行います。これで、正式な営業許可証となります。

⑭税務登記

管轄の税務局で、納税するための税務登記を行います。税務登記を行わないと、人民币口座の作成ができません。

⑮人民币基本口座・一般口座作成

税務登記が終了すると、まず人民币基本口座



上海の夜景

の開設が可能となり、基本口座の作成後に一般口座の作成が可能となります。

⑯増値税一般納税者申請

増値税(流通税:日本で言う消費税のようなもの)控除を行うために必要な申請。

⑰財務登記、統計登記、税関登記

売上、利益等の財務情報を管理するための財務登記、業種、社員数等の企業情報を管理するための統計登記、どちらも政府が数値的に管理するための登記です。税関登記は外貨管理を厳密に行うために、輸出入の取引を行う企業に登記を義務付けるものです。

2. 銀行口座の種類・用途

銀行口座には大きく分けて外貨口座と、人民币口座の2種類があります。法人立ち上げ当初に必要な口座は、以下の4口座です。

①外貨口座

口座種類	預入範囲	残高制限	払出範囲
外貨資本金口座	払込資本金	登録資本金額	経常取引の対外支払い、外貨管理局の許可を受けた資本取引の支払。
外貨決済口座	経常取引に関わる外貨収支	残高制限なし	同上

②人民币口座

口座種類	預入範囲	払出範囲	備考
人民币基本口座	経営上の日常的収入	経営上の日常的支出	現金払出可能 一預金者一口座
人民币一般口座	借入金、決済資金、現金	借入金返済、決済資金	現金払出不可 複数口座作成可

中国における現地法人設立には、前頁のような複雑かつ多岐にわたる手続きが必要となります。

しかし、ひとつずつ紐解くと、その意味がきちんとそこにはあります。コンサルタント業者任せではなく、主体的な検討を行う意味でも、一般的な手続きの流れを身につけることは重要です。

以上

《第11回WUB世界大会》

2007年9月19日(水)、上海クラウンプラザにて、沖縄県出身事業家のネットワーク、WUB(ワールドワイド・ウチナンチュ・ビジネス・アソシエーション)の第11回世界大会が開催されました。10周年の記念大会を行いたいというWUB会員の強い希望から、世界で最も活気のある中国は上海での開催となったものです。



※「WUB世界大会」会場入り口

開会セレモニーでは、仲井真知事から「WUB世界大会は、沖縄と世界各地の更なる経済・文化交流のきっかけとなる大変意義深いものになると確信しております」という祝辞を安里副知事が代読しました。

同日、中国のシンクタンク・上海国際問題研究所学術委員会副主任の呉寄南(ウ・チーナン)氏による「中国・上海経済の躍進とこれからの沖縄」と題する基調講演が行われました。

午後からは、WUB会員以外の一般の投資家



※安里副知事、沖縄県事務所、賢人会(県人会)のみなさんと

を対象とした沖縄県主催の「沖縄経済特区セミナー」が開かれました。同セミナーでは沖縄県の概要や、「沖縄特別自由貿易地域」についての説明が行なわれ、沖縄県への投資を参加者へ促しました。

しめくくりの「中国・沖縄エグゼクティブパーティー」では、沖縄の「泡盛」が豪華な食事とともに振舞われ、「日出克」の生演奏による上海賢人会(県人会)のエイサーが披露されるなど、沖縄県一色に染まる一日でした。

以上



※「日出克」と「賢人会(県人会)」コラボのトーシンドーイで締めくくり

りゅうぎんビジネスクラブ主催

「事業承継セミナー」のご案内

りゅうぎんビジネスクラブでは、会員企業のオーナー様ならびに経営者様向けに「オーナー社長は必聴!! 後継者から見た事業承継」と題してセミナーを開催致します。

講師として事業承継をはじめ、経営事業戦略、マーケティング戦略といったテーマにおいて実績のある、みずほ総合研究所 主任コンサルタント 堀内直太郎氏をお招きし、「経営の承継」(社長業の引継ぎ、後継者対策)というテーマについて、受け継ぐ側(後継者)の視点から事業承継対策上のポイントについてお話いただく予定です。

ご多忙とは存じますが、日程を調整の上、ご参加いただけますようよろしくお願い申し上げます。

記

日 時：平成19年11月26日(月)
午後 2:00～4:00

会 場：沖縄ハーバービューホテル 彩海の間

テ ー マ：「オーナー社長は必聴!! 後継者から見た事業承継」

講 師：堀内直太郎 氏
みずほ総合研究所株式会社 主任コンサルタント／中小企業診断士

募集人員：先着100名様(1社3名様まで)
※席に限りがございますのでお早めにお申込み下さい

参 加 料：ビジネスクラブ会員は3名様まで無料、非会員は1名様2,000円
※非会員様の場合、参加料金支払方法は別途ご連絡申し上げます。

お問い合わせ先：企業支援部 金融サービス室(りゅうぎんビジネスクラブ事務局) 大城・比嘉
住 所：〒900-0015 那覇市久茂地1-11-1 TEL：(098)860-3817 FAX：(098)866-4483

会員企業募集のお知らせ!

りゅうぎんビジネスクラブは、著名人を招いてのトップセミナーや専門家を招いて実施する実務セミナーのほか、会員企業様の販路拡大を目的とした商談会への参加も行っております。

この機会に是非、入会をご検討下さい!



●りゅうぎん調査●

県内の 景気 動向

概況(9月)

景気は、緩やかに拡大している

建設関連では、公共工事が前年を下回る

観光関連では、入域観光客数が前年を上回る

9月の県内景気を見ると、消費関連では、百貨店売上高が催事の集客効果などにより前年を上回った。スーパー売上高は、既存店で前年より休日が多かったことなどから引き続き前年を上回り、全店では新設店効果などの要因も加わり引き続き前年を上回った。新車販売は、レンタカー需要などにより前年を上回った。電気製品卸売は、薄型テレビが好調に推移し引き続き前年を上回った。建設関連では、公共工事請負金額は、国、県、市町村ともに減

少したことから前年を下回った。県内主要建設会社の受注額は、改正建築基準法の影響などにより引き続き前年を下回った。建設資材出荷・売上では、鋼材、建材、セメント、生コンともに前年を下回った。観光関連では、入域観光客数は国内客、外国客ともに増加したことから引き続き前年を上回った。主要ホテルは、稼働率、売上高ともに引き続き前年を上回った。主要観光施設入場者数も引き続き前年を上回った。

総じてみると、建設関連には一服感がみられるものの、観光関連は引き続き好調に推移し、消費関連は底堅く推移していることから、県内景気は緩やかに拡大している。

消費関連

百貨店売上高は、食料品の催事による集客効果などから2カ月連続で前年を上回った。スーパー売上高(既存店)は、前年より休日が2日多かったこと(カレンダー要因)などから2カ月連続で前年を上回った。全店ベースも、同様なことや新設店効果などの要因が加わり2カ月連続で前年を上回った。新車販売は、レンタカー需要などにより9カ月ぶりに前年を上回った。電気製品卸売は、エアコンが夏場の需要の反動により減少したものの、薄型テレビが好調に推移し3カ月連続で前年を上回った。

建設関連

公共工事請負額は、国、県、市町村発注工事ともに減少したことから5カ月ぶりに前年を下回った。県内主要建設会社の受注額は、一部に改正建築基準法の影響がみられたことから2カ月連続で前年を下回った。建設資材関連では、鋼材が9カ月ぶりに前年を下回ったほか、建材も改正建築基準法の影響から3カ月連続で前年を下回った。セメント、生コンも3カ月連続で前年を下回った。

観光関連

入域観光客数は国内客、外国客ともに増加し12カ月連続で前年を上回った。外国客は定期クルーズ船の運航、航空チャーター直行便が好影響した。県内主要ホテルは、稼働率は4カ月連続で前年を上回った。売上高は2カ月連続で前年を上回った。主要観光施設入場者数は前年を上回った。主要ゴルフ場は、入場者数は5カ月連続で増加し、売上高は2カ月ぶりに前年を上回った。

雇用関連

新規求人数は前年同月比21.5%減となり、9カ月連続で減少した。有効求人倍率(季調値)は0.44倍と前月と同水準となった。完全失業率は7.6%となり、前年同月より0.2ポイント改善した。

その他

消費者物価指数(総合)は、保健医療、被服及び履物などが上昇したものの、教養娯楽、交通・通信などが下落したことから、前年同月と同水準となった。企業倒産は、件数が4件と前年同月より4件減となり、負債総額も4億3,300万円と前年同月比70.1%の減少となった。

りゅうぎん調査(2007年9月)

増減率(%)

	前年同月比	前年同期比 (2007.7-2007.9)
1. 消費関連		
(1)百貨店(金額)	0.4	1.0
(2)スーパー(既存店)(金額)	1.4	0.9
(3)スーパー(全店)(金額)	3.7	3.3
(4)新車販売(台数)	2.8	▲ 0.7
(5)電気製品卸売(金額)	1.6	4.2
2. 建設関連		
(1)公共工事請負金額(金額)	▲ 31.5	▲ 5.2
(2)建築着工床面積(m ²)	(8月) ▲ 55.4	(6-8月) ▲ 17.1
(3)新設住宅着工戸数(戸)	(8月) ▲ 64.6	(6-8月) ▲ 39.2
(4)建設受注額(金額)	▲ 8.9	7.4
(5)セメント(トン数)	▲ 8.7	▲ 7.2
(6)生コン(m ³)	▲ 9.5	▲ 9.9
(7)鋼材(金額)	▲ 6.2	6.8
(8)建材(金額)	▲ 17.4	▲ 16.2
3. 観光関連		
(1)入域観光客数(人数)	7.7	6.5
(2)県内主要ホテル稼働率	(前年同月差) 8.2 (実数) 87.3	(前年同期差) 3.5 (実数) 84.9
(3)売上高(金額)	2.4	2.4
(4)観光施設入場者数(人数)	14.5	10.7
(5)ゴルフ場入場者数(人数)	2.0	2.4
(6)売上高(金額)	5.0	2.5
4. その他		
(1)県内新規求人数(人数)	▲ 21.5	▲ 18.7
(2)有効求人倍率(季調値)	(実数) 0.44	(実数) 0.44
(3)消費者物価指数(総合)	0.0	0.1
(4)企業倒産件数(件数)	(前年同月差) ▲ 4	(前年同期差) ▲ 5.3
(5)広告収入(県内マスコミ)(金額)	(8月) 1.4	(6-8月) ▲ 0.2
(6)電力使用量(百万Kw)	(8月) 3.4	(6-8月) 1.0

(注1) 公共工事請負金額は西日本建設業保証株式会社沖縄支店調べ。建築着工床面積、新設住宅着工戸数は国土交通省調べ。県内新規求人数、有効求人倍率は沖縄労働局調べ。入域観光客数、消費者物価指数は沖縄県調べ。企業倒産件数は東京商工リサーチ沖縄支店調べ。

(注2) 企業倒産件数の前年同期差は、月平均件数の前年同期差。

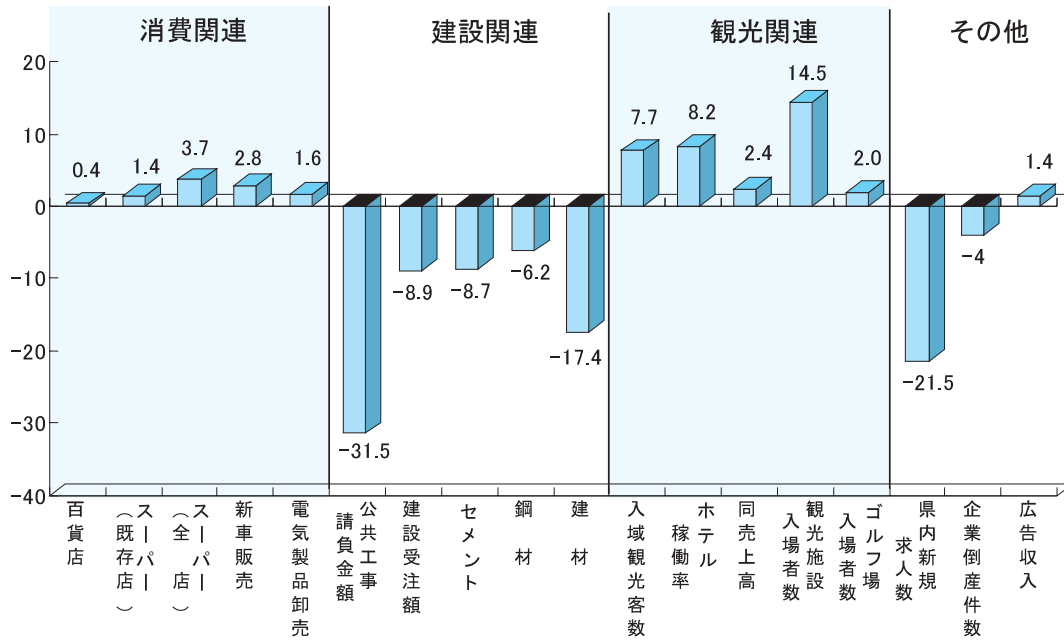
(注3) 電気製品卸売販売額は、2007年6月より調査先が10社から9社ベースへと変更になったため、前年比増減については07年6月以降不連続となり、実際より低めに推移するとみられる。

(注4) 生コンは2006年4月より調査先数を変更した(生コン協同組合の減少による)。

(注5) 主要ホテルは、2007年7月より調査先を18ホテルから19ホテルとした。

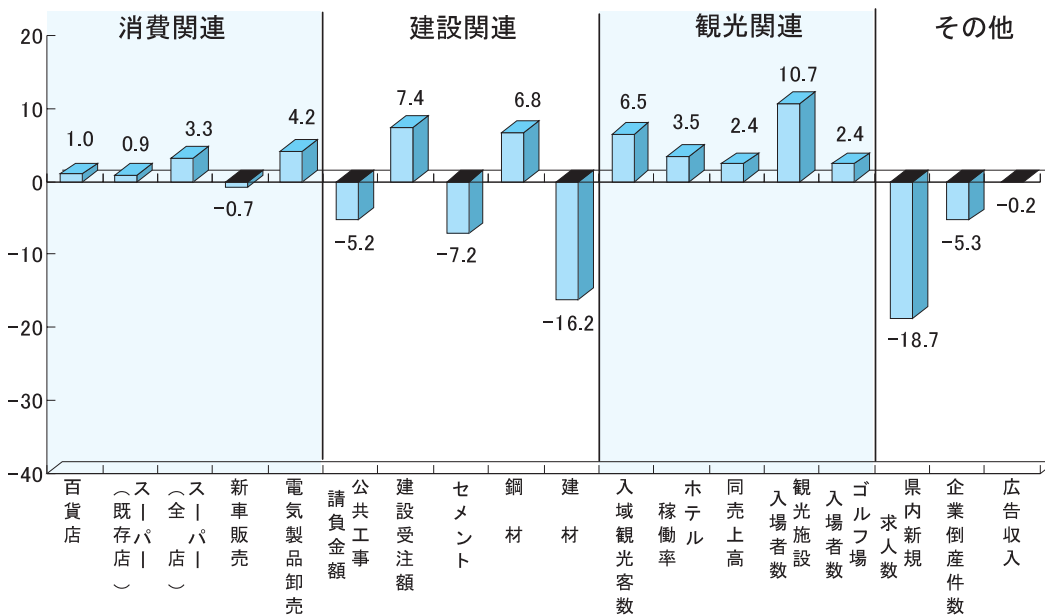
(注6) ゴルフ場は、2006年10月より調査先を9ゴルフ場から8ゴルフ場とした。

項目別グラフ(単月、2007年9月)



(注) 県内新規求人数、広告収入は8月分。数値は前年比(%)。
ホテル稼働率(%ポイント)、企業倒産件数(件)は前年差。

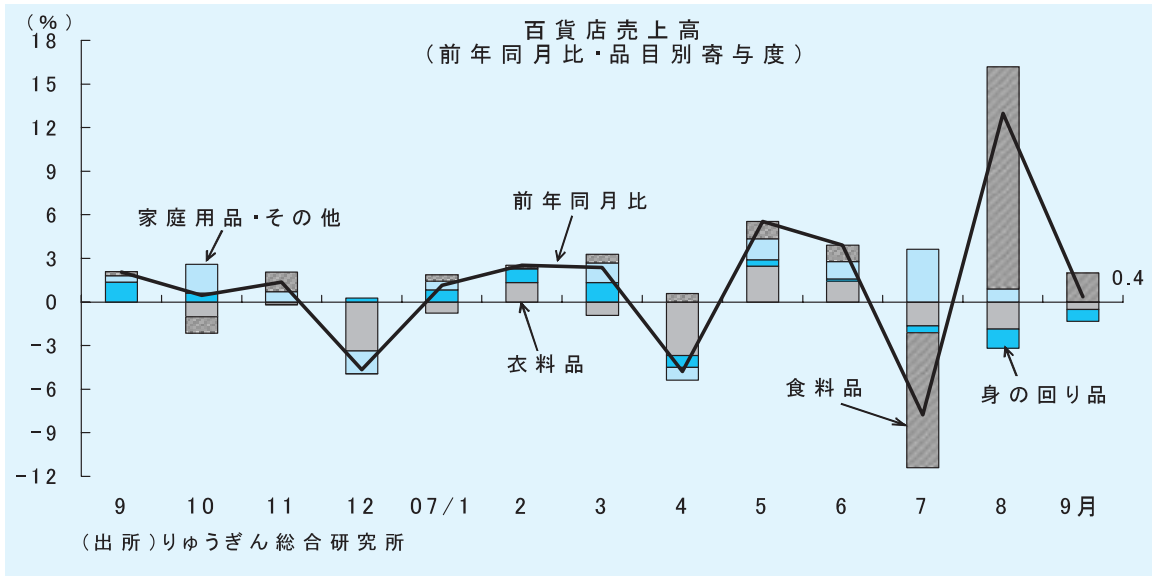
項目別グラフ(3カ月、2007年7~9月)



(注) 広告収入は6~8月分。数値は前年比(%)。
ホテル稼働率(%ポイント)は前年差。企業倒産件数(件)は月平均の前年差。

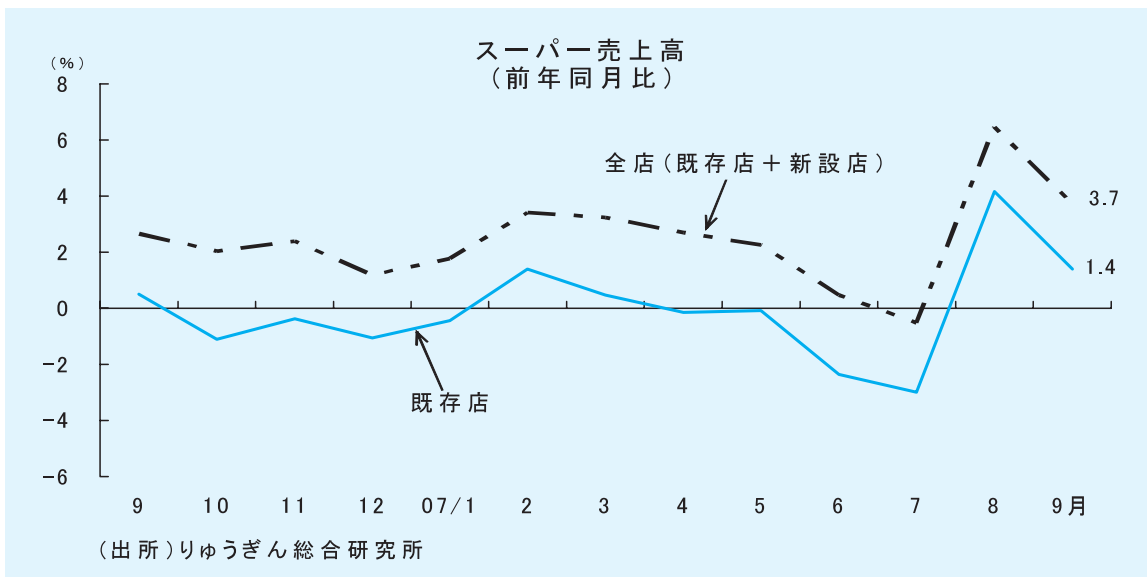
1.消費関連

1 百貨店売上高:2カ月連続で増加



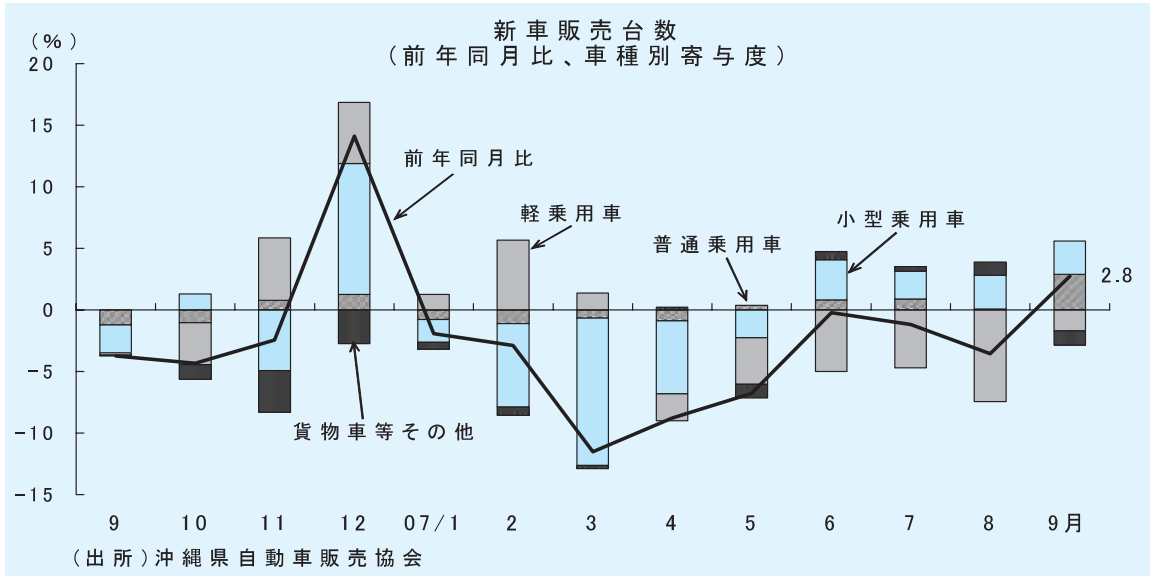
- ・百貨店売上高は、食料品の催事の集客効果などから前年同月比0.4%増となり、2カ月連続で前年を上回った。
- ・品目別にみると、食料品(同7.9%増)が増加し、衣料品(同1.3%減)、家庭用品・その他(同1.3%減)、身の回り品(同6.7%減)が減少した。

2 スーパー売上高:全店ベースは2カ月連続で増加



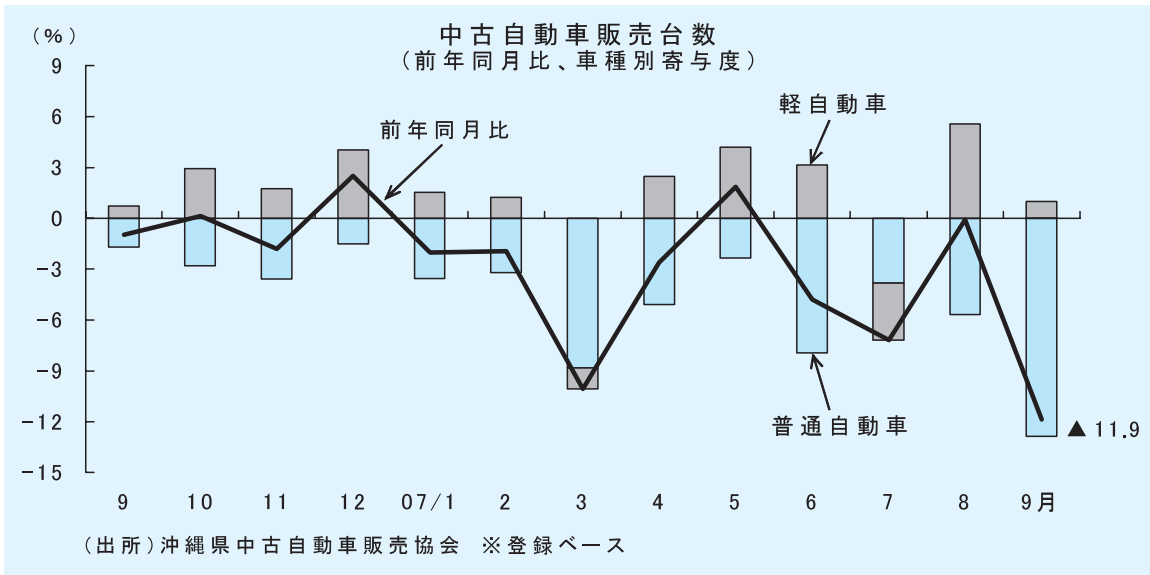
- ・スーパー売上高は、既存店ベースでは前年同月比1.4%増と2カ月連続で前年を上回った。
- ・衣料品は、気温が高く推移したことから夏物衣料が増加するなど同1.9%増となり、食料品は、前年より休日が多かったこと(カレンダー要因)などから同1.2%増となった。
- ・全店ベースも、新設店効果や前年より休日が多かったことなどから同3.7%増と2カ月連続で前年を上回った。

3 新車販売台数:9カ月ぶりに増加



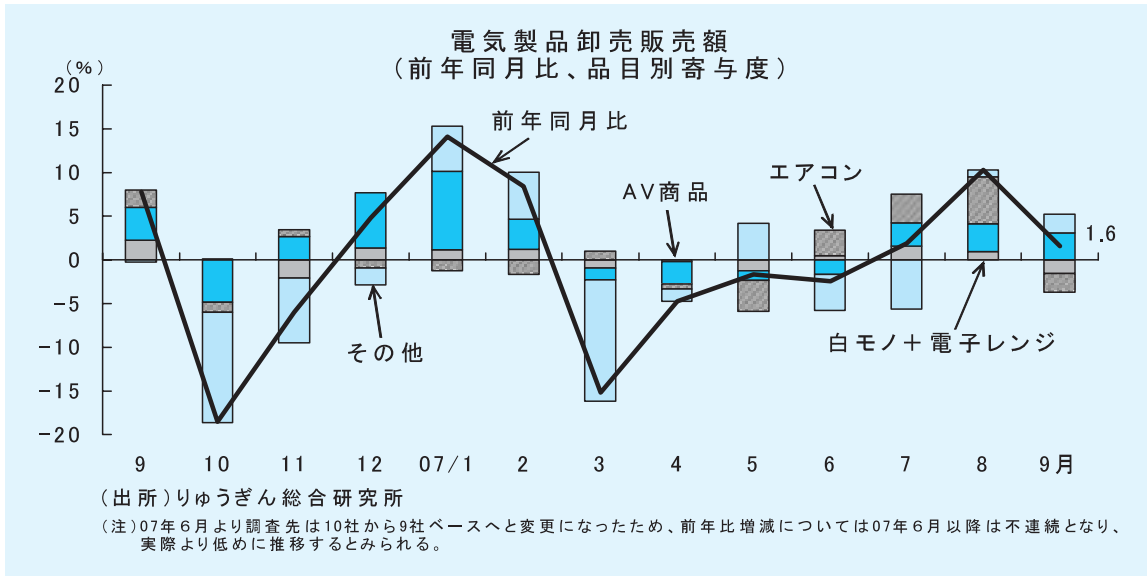
- ・新車販売台数は3,318台となり、軽乗用車に一服感がみられるものの、普通乗用車や小型乗用車がレンタカー需要などにより増加したことから、前年同月比2.8%増と9カ月ぶりに前年を上回った。
- ・普通自動車(登録車)は1,284台(同14.2%増)で、うち普通乗用車は333台(同39.0%増)、小型乗用車は764台(同13.0%増)であった。軽自動車(届出車)は2,034台(同3.4%減)で、うち軽乗用車は1,718台(同3.1%減)であった。

4 中古自動車販売台数(登録ベース):4カ月連続で減少



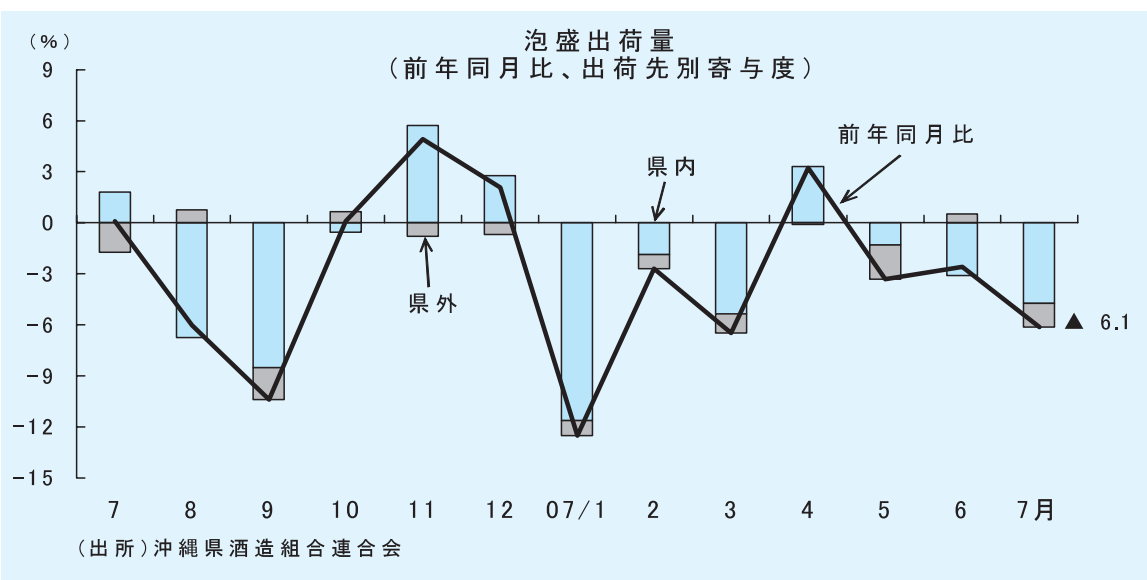
- ・中古自動車販売台数(普通自動車及び軽自動車の合計、登録ベース)は、前年同月比11.9%減となり4カ月連続で前年を下回った。内訳では、普通自動車は同24.6%減、軽自動車は同2.1%増となった。

5 電気製品卸売販売額:3カ月連続で増加



- ・電気製品卸売販売額は、エアコンが夏場の需要増の反動により減少したものの、薄型テレビが引き続き好調に推移したことなどから前年同月比1.6%増となり、3カ月連続で前年を上回った。
- ・品目別にみると、AV商品ではテレビが同20.3%増、DVDレコーダーが同0.8%減、白モノでは洗濯機が同6.6%増、冷蔵庫が同12.1%減、エアコンは同34.6%減、その他は同3.8%増となった。

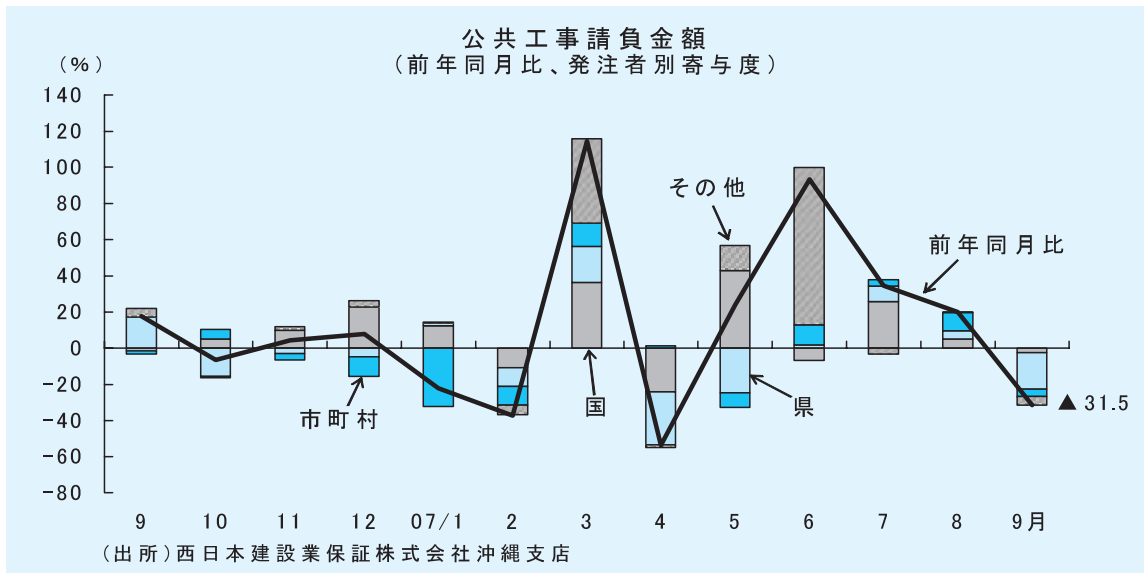
6 泡盛出荷量(再掲):3カ月連続で減少



- ・泡盛出荷量(7月)は、前年同月比6.1%減となり3カ月連続で前年を下回った。県内出荷量は同5.9%減、県外出荷量は同7.1%減とともに減少した。

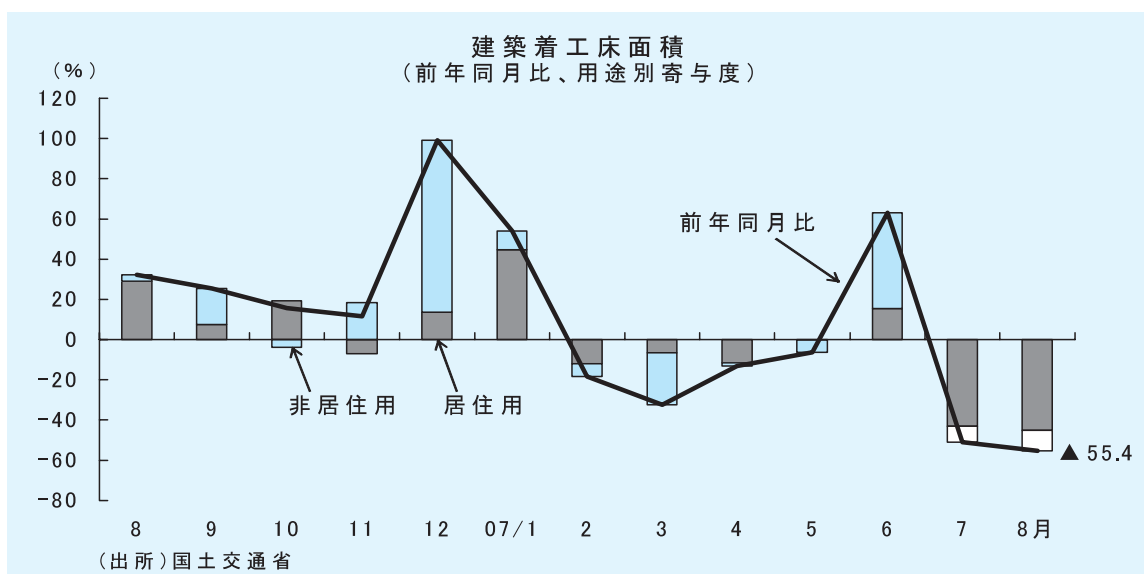
2. 建設関連

1 公共工事請負金額:5カ月ぶりに減少



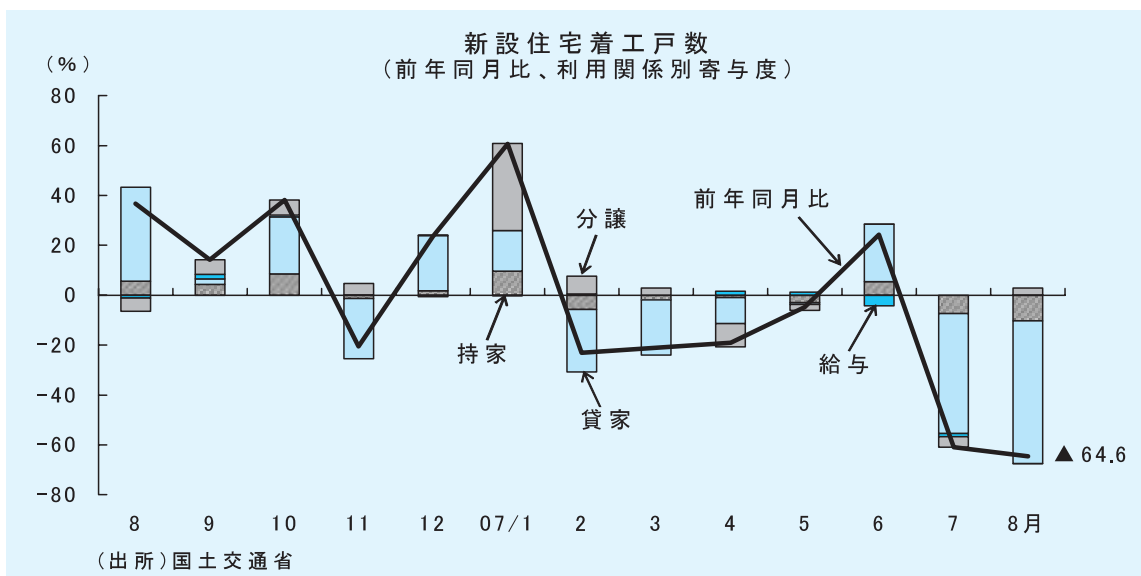
- ・公共工事請負金額は、270億28百万円で前年同月比31.5%減と5カ月ぶりに前年を下回った。
- ・発注者別では、国(同21.3%減)、県(同35.7%減)、市町村(同16.1%減)ともに減少した。
- ・大型工事としては、新石垣空港用地造成工事や新石川浄水場関連設備工事、那覇および宜野湾浄化センター関連工事、伊良部大橋橋梁整備工事、RA-1棟建設工事(嘉手納町新町・ロータリー地区第二種市街地再開発事業関連)などがあつた。

2 建築着工床面積:2カ月連続で減少



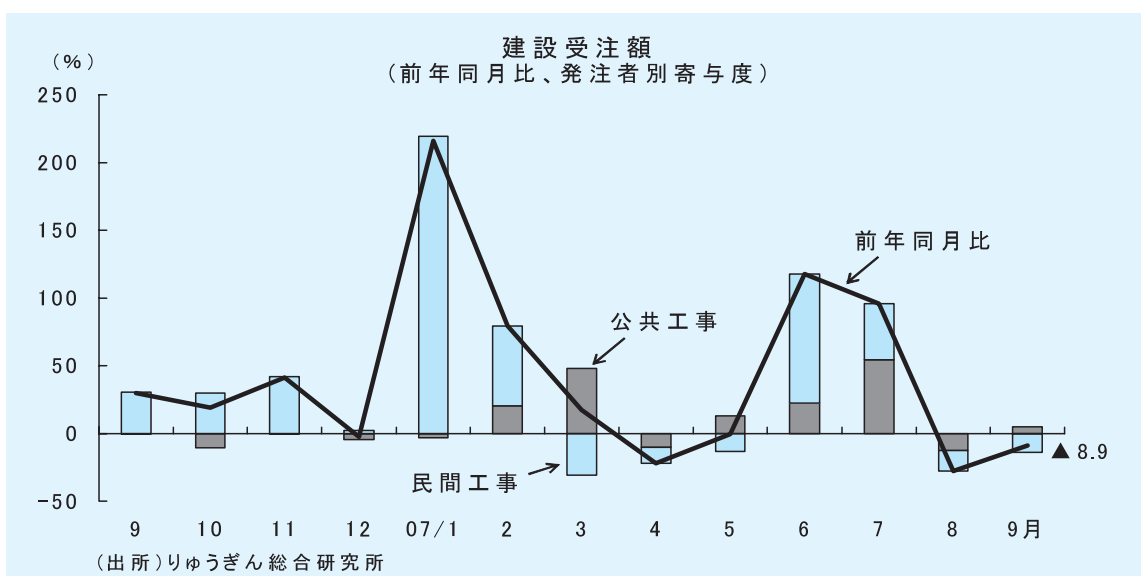
- ・建築着工床面積(8月)は、8万3,454 m^2 でおもに改正建築基準法施行の影響から前年同月比55.4%減と2カ月連続で前年を大幅に下回った。用途別では、居住用(同60.9%減)、非居住用(同39.5%減)ともに減少した。
- ・建築着工床面積を用途別(大分類)にみると、居住専用(4万9,646 m^2)が最も大きく、次いで、その他のサービス業用(8,637 m^2)、飲食店・宿泊業用(5,900 m^2)などの順であつた。

3 新設住宅着工戸数:2カ月連続で減少



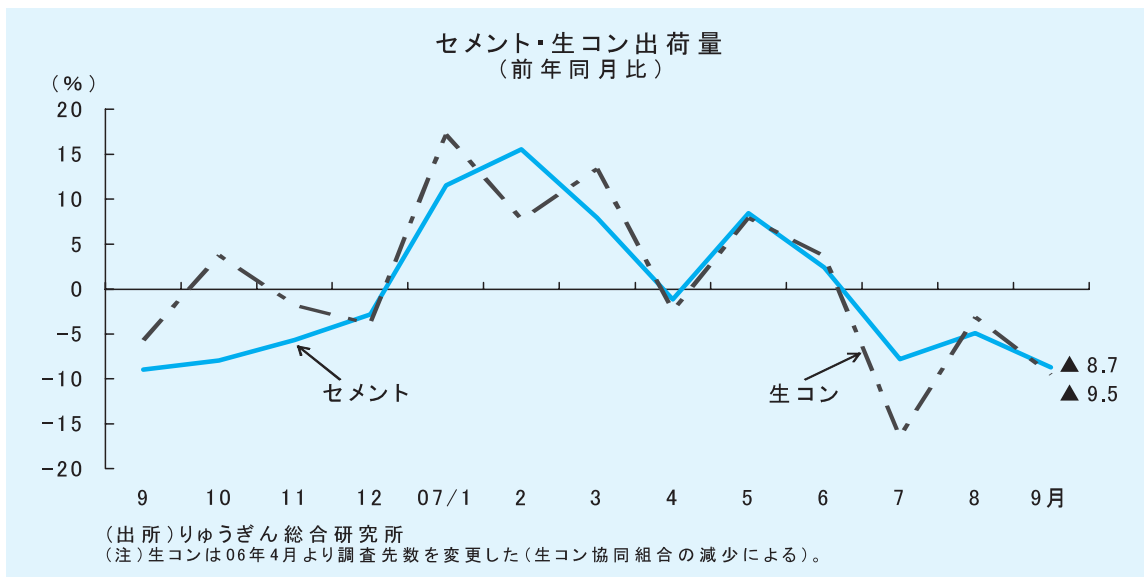
- ・新設住宅着工戸数(8月)は、608戸でおもに改正建築基準法施行の影響から前年同月比64.6%減と2カ月連続で前年を大幅に下回った。
- ・利用関係別では、持家(同59.4%減)、貸家(同71.6%減)が減少し、分譲(同104.3%増)は増加した。

4 建設受注額:2カ月連続で減少



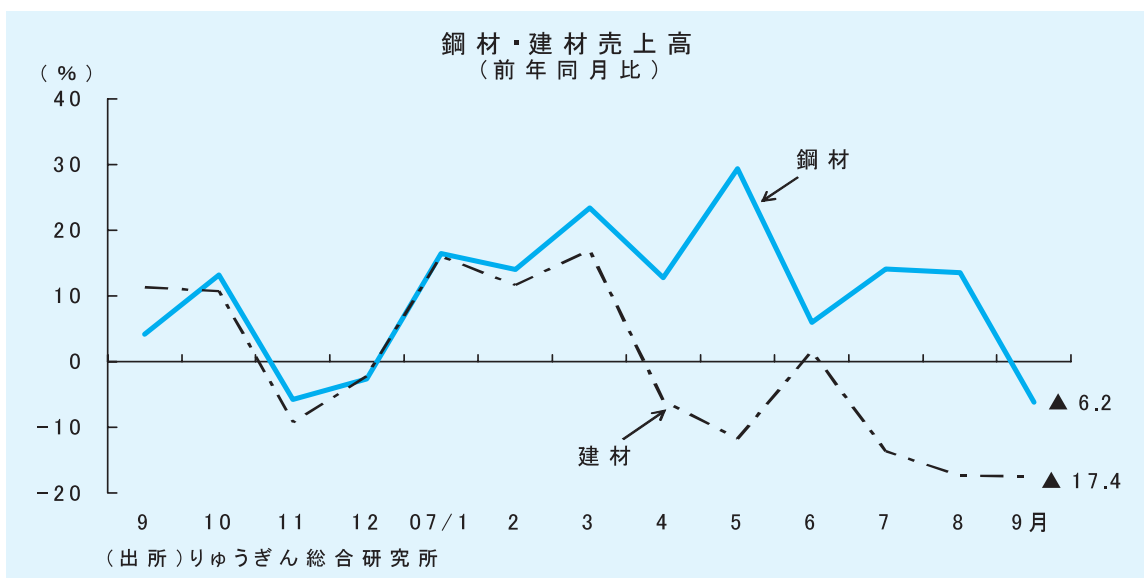
- ・建設受注額(調査先建設会社:20社)は、一部に改正建築基準法の影響があったことから前年同月比8.9%減と2カ月連続で減少した。
- ・発注者別では、公共工事(同17.9%増)は2カ月ぶりに増加したものの、民間工事(同19.6%減)は2カ月連続で減少した。

5 セメント・生コン出荷量:セメント、生コンともに3カ月連続で減少



- ・セメント出荷量は、6万6,381トンで前年同月比8.7%減と3カ月連続で前年を下回った。
- ・生コン出荷量は、14万4,264立方メートルで同9.5%減と3カ月連続で前年を下回った。
- ・生コン出荷量を出荷先別にみると、民間工事はおもにホテルやマンション向け出荷は引き続き増加し、個人住宅や医療関連、社屋関連向けは引き続き減少した。公共工事は橋梁関連向けなどは増加し、一般土木や防衛省関連は引き続き減少した。

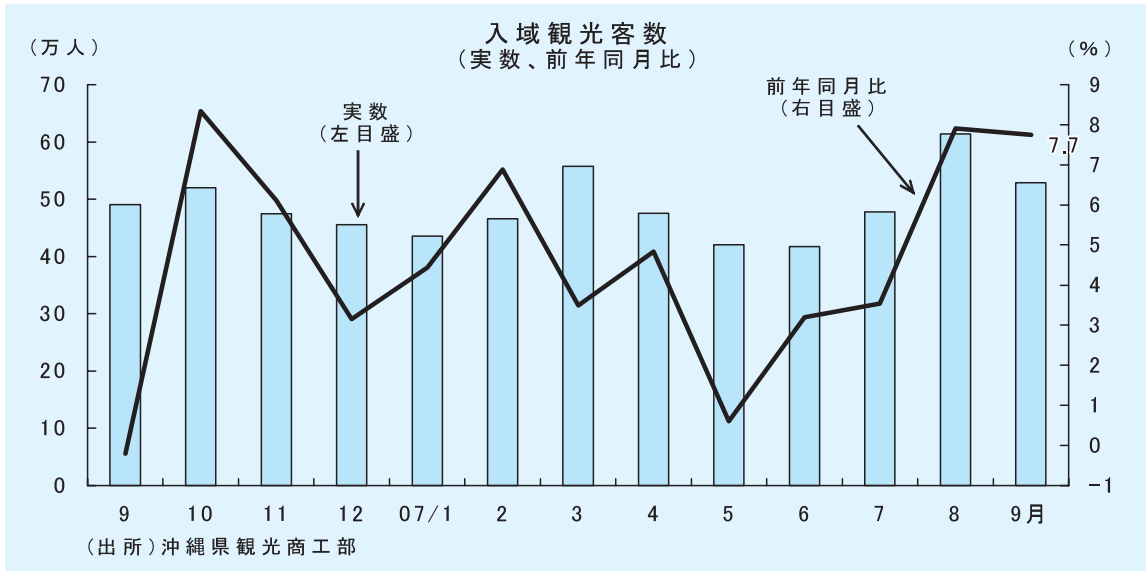
6 鋼材・建材売上高:鋼材は9カ月ぶりに減少、建材は3カ月連続で減少



- ・鋼材売上高は、前年同月比6.2%減と9カ月ぶりに前年を下回った。価格の高止まりは続いているものの、改正建築基準法の影響から販売数量が減少した。
- ・建材売上高は、持家やアパート建設向け出荷に一服感が出ているところに改正建築基準法の影響が加わり同17.4%減と3カ月連続で前年を下回った。

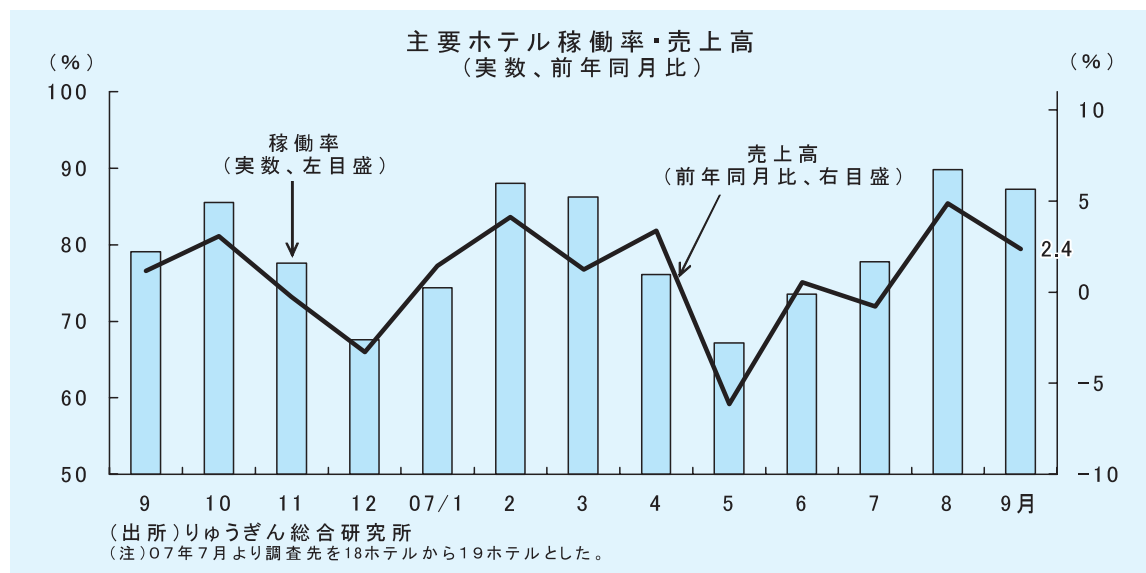
3.観光関連

1 入域観光客数：12カ月連続で増加



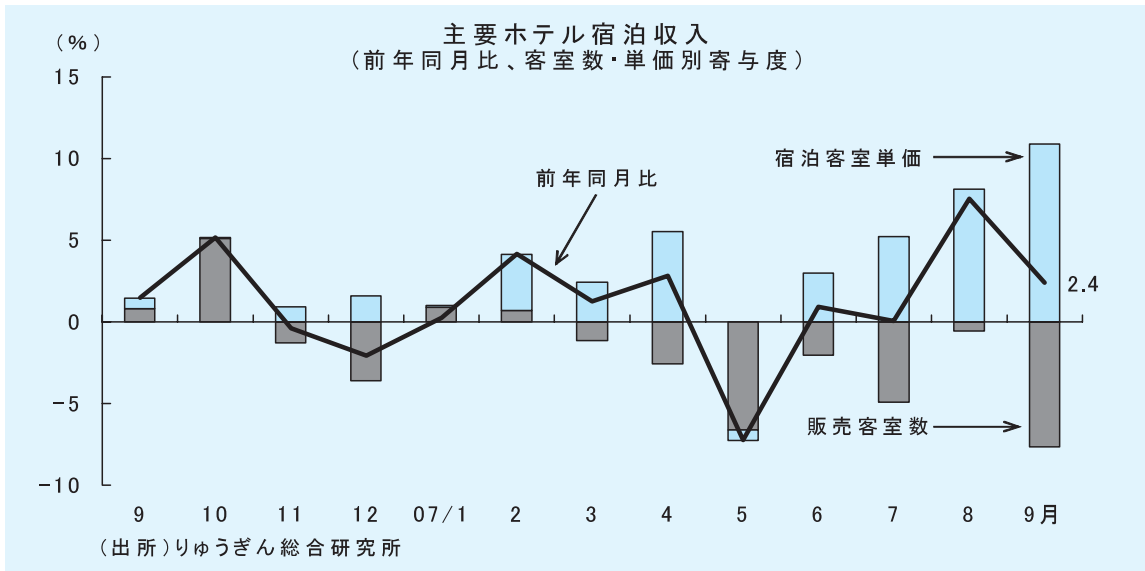
- ・入域観光客数は52万8,400人で、前年同月比7.7%増加(3万8,000人増)となり12カ月連続で前年を上回った。9月としては初めて50万人を超え、過去最高の記録となった。
- ・国内客(同4.8%増)は、14カ月連続で前年を上回った。外国客(同226.2%増)は、定期クルーズ船の運航再開、香港からのチャーター便が好影響し8カ月連続で前年を上回った。
- ・10月1～20日の本土発沖縄向け航空旅客輸送実績(スカイマークエアラインズを除く)は、前年同期比8.3%減となり3カ月ぶりに前年を下回った。

2 主要ホテル稼働率・売上高：稼働率は4カ月連続で上昇、売上高は2カ月連続で増加



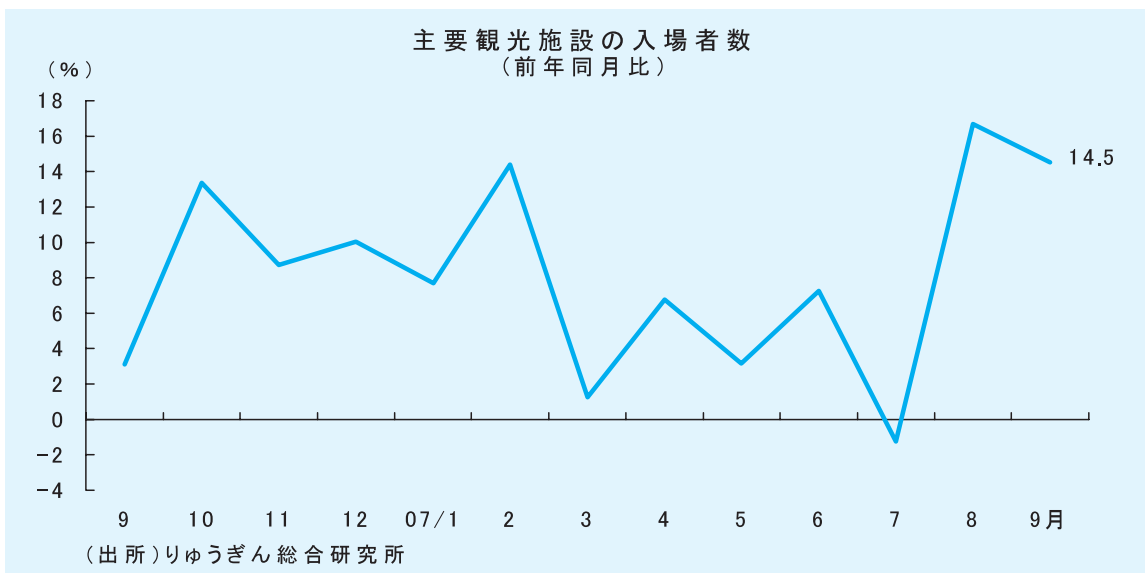
- ・主要ホテルの客室稼働率は、87.3%と前年同月比8.2ポイント上昇し4カ月連続で前年を上回った。売上高は同2.4%増加し2カ月連続で前年を上回った。
- ・那覇市内ホテルの客室稼働率は、81.8%で同9.5ポイント上昇した。売上高は、同2.9%増となった。リゾート型ホテルの客室稼働率は、91.7%で同7.1ポイント上昇した。売上高は、同2.1%増となった。

③ 主要ホテル宿泊収入:4カ月連続で増加



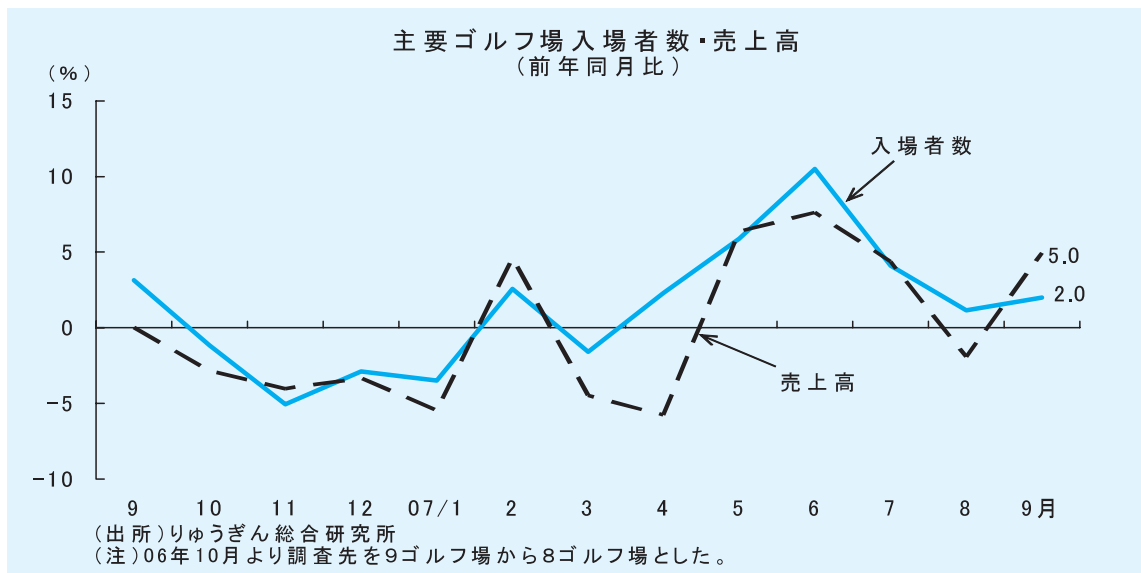
・主要ホテル売上高のうち宿泊収入についてみると、販売客室数(数量要因)は7カ月連続で減少したものの、宿泊客室単価(価格要因)が4カ月連続で増加したことから全体では前年同月比2.4%増加した。

④ 主要観光施設入場者数:2カ月連続で増加



・主要観光施設の入場者数は、前年同月比14.5%増加し、2カ月連続で前年を上回った。

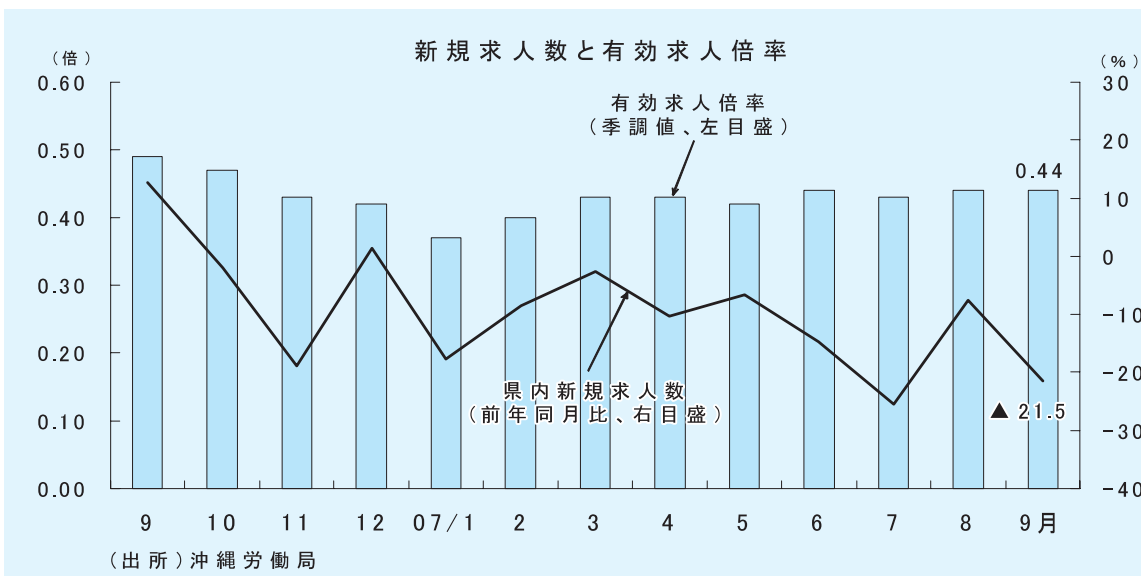
5 主要ゴルフ場入場者数・売上高：入場者数は6カ月連続で増加、売上高は2カ月ぶりに増加



・主要ゴルフ場の入場者数は、前年同月比2.0%増加し、6カ月連続で前年を上回った。観光客の入場も昨年に比べ増加している。売上高は同5.0%増加となり2カ月ぶりに前年を上回った。

4.その他

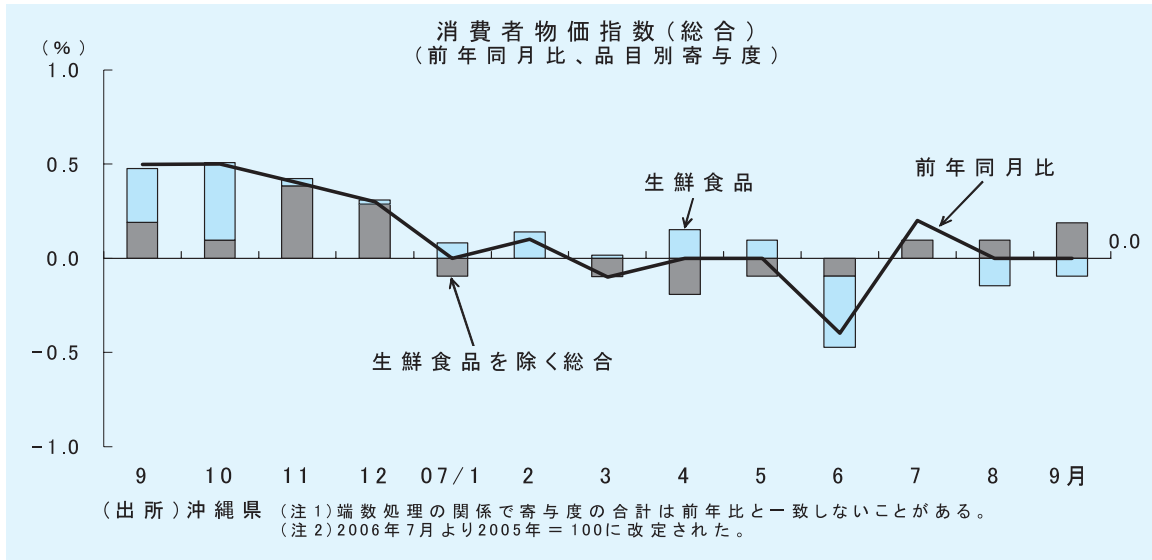
1 雇用関連：新規求人数は減少、有効求人倍率(季調値)は同水準



・新規求人数は、前年同月比21.5%減となり9カ月連続で減少した。産業別にみると、医療、福祉、運輸業などで増加し、製造業、サービス業などで減少した。有効求人倍率(季調値)は、0.44倍となり、前月と同水準となった。

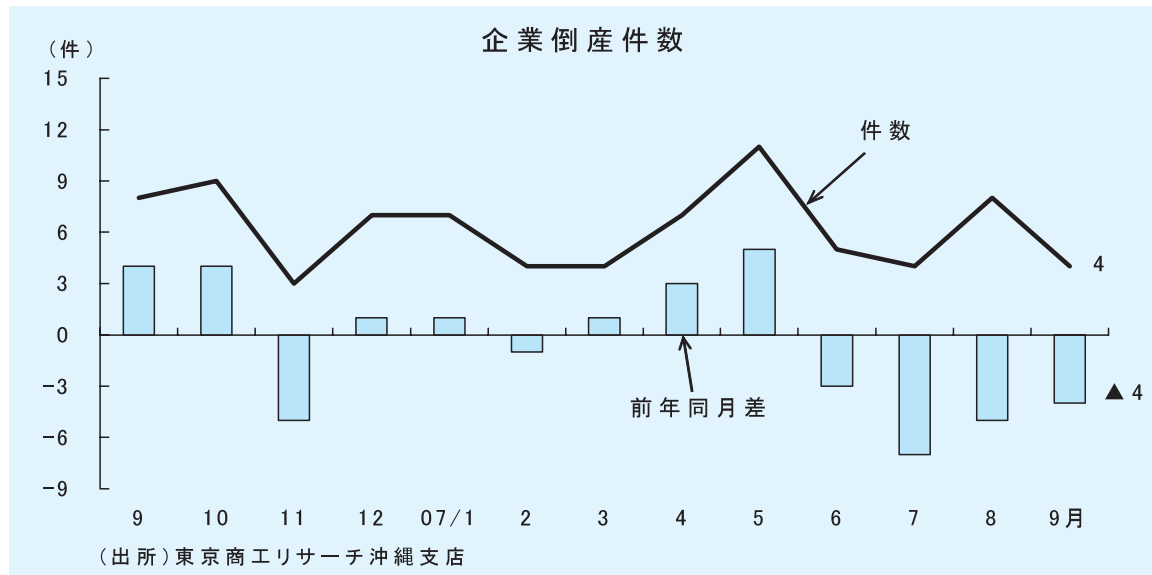
・労働力人口は、65万7千人で前年同月比0.3%の増加となり、就業者数は、60万7千人で同0.5%の増加となった。完全失業者数は、5万人で同2.0%の減少となった。完全失業率は7.6%と同0.2ポイント改善した。

2 消費者物価指数(総合):同水準



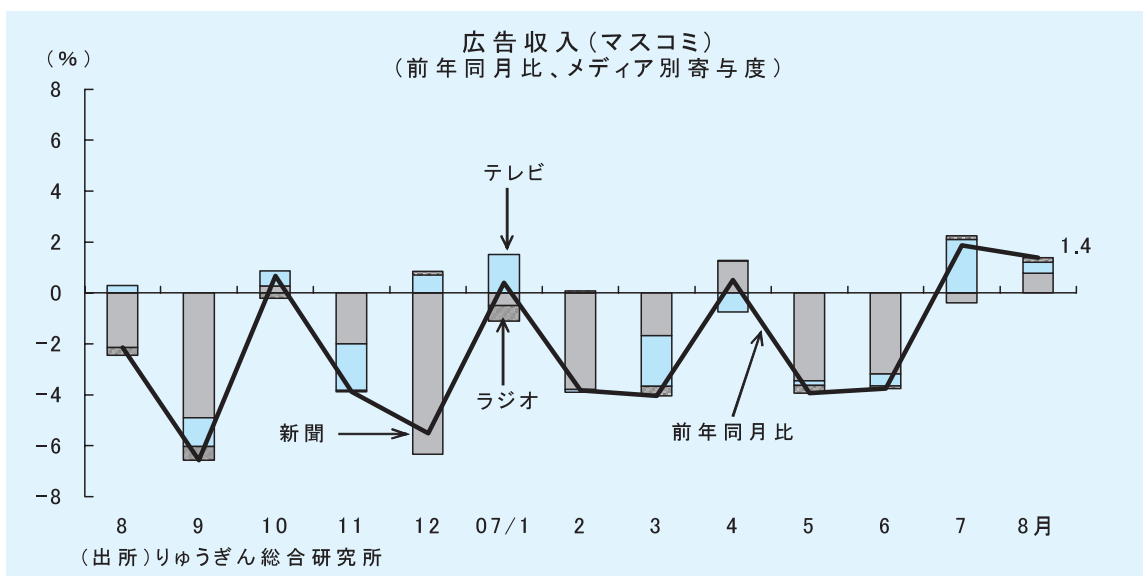
- ・消費者物価指数(総合)は、前年同月と同水準となった。生鮮食品を除く総合は、同0.2%の上昇となった。
- ・品目別の動きをみると、保健医療、被服及び履物などが上昇し、教養娯楽、交通・通信などが下落した。

3 企業倒産:件数、負債総額ともに減少



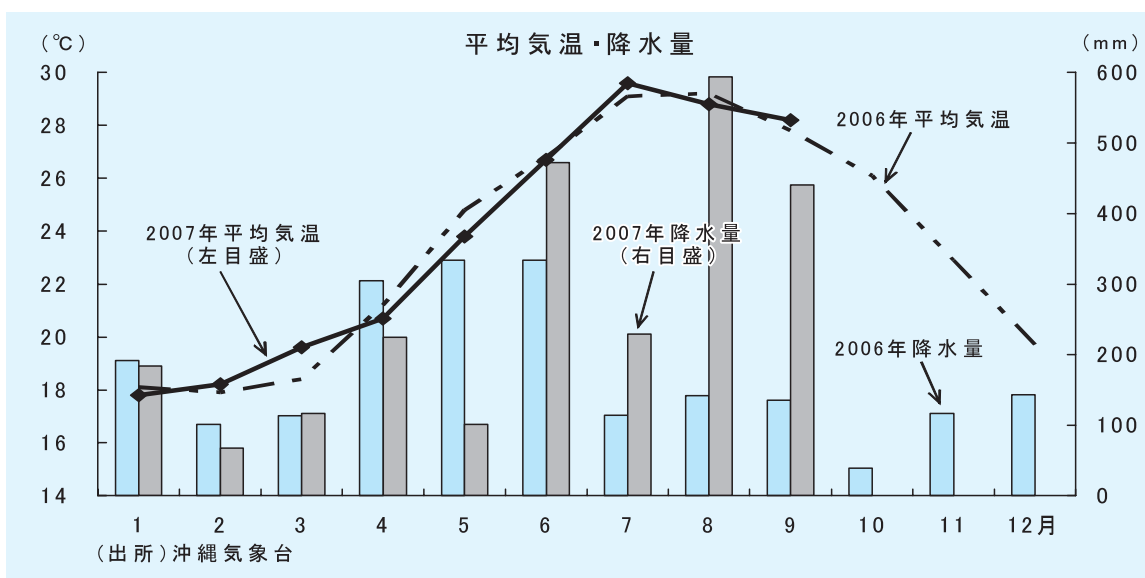
- ・倒産件数は、4件となり前年同月を4件下回った。業種別では、サービス業3件(前年同月差3件増)、卸売業1件(前年と同数)となった。建設業は18カ月ぶりに発生がなかった。
- ・負債総額は、4億3,300万円となり前年同月比70.1%の減少となった。

4 広告収入(マスコミ):2カ月連続で増加



・広告収入(マスコミ:8月)は、前年同月比1.4%増加し、2カ月連続で前年を上回った。新聞、テレビ、ラジオともに前年を上回った。

参考 気象(那覇)



・平均気温は28.2℃と前年同月(27.8℃)より高く、平年(27.2℃)よりも高く推移した。降水量は440.5mmと前年同月(135.5mm)よりかなり多かった。

太陽 ASG マネジメントレポート

2007年10月

今回のテーマ： 親族間における土地売買の取引価格について

著しく低い価額の対価で財産の譲渡を受けた場合は、時価との差額に対して贈与税が課されます。

親族間において土地を路線価で売買した事例で、東京地裁は、「著しく低い価格での譲渡には当たらず、贈与税課税は違法」として東京国税局の課税処分を取り消しました。課税庁サイドは控訴の理由が無いと判断し、納税者の勝訴が確定しています。

判決は親族間における土地の売買価格の決定に少なからぬ影響を与えることも予想され、今後の動向が注目されます。

1 親族間の土地売買における取引価格と負担付贈与通達による贈与税課税の関係

路線価で売買した他の事例で、贈与税課税を認めた裁決もあります。

土地の譲渡等が、路線価以上、時価未満で行われた場合に、単なる「低い価額」に該当するのか、「著しい低い価額」にあたるかどうかは、個々の取引の事情、当事者間の関係等を総合勘案し、実質的に贈与を受けたと認められる金額があるかどうかにより判定することとされています。

売主	買主	取引価格	贈与税課税の有無
個人A	個人B (Aの親族)	時価：路線価 ÷ 80% (公示地価ベース)	無し
		路線価以上、時価未満で 単なる「低い価額」に該当する場合 (東京地裁平成19年8月23日判決)	無し
		路線価以上、時価未満で 「著しく低い価額」に該当する場合 (平成18年5月24日裁決) 及び路線価未満の場合	有り

2 単なる「低い価額」と判断された主な事情（東京地裁平成19年8月23日判決）

- 1) 譲渡者が13年8月に購入してから15年12月に譲渡するまで2年以上経過していること
- 2) 購入者が取得したのは土地の持分で容易に換価できるものではなく実際に換価していないこと
- 3) 譲渡者に流動資産を増やしたいとの一応の合理的理由があったこと

3 「著しく低い価額」と判断された主な事情（平成18年5月24日裁決）

- 1) 譲渡者が、本件土地の時価（通常の取引価額）及び時価と路線価評価に基づく相続税評価額との開差を認識していたと認めるのが相当な状況であること
- 2) 本件土地の周辺の地価が横ばいである状況下において、投資目的で取得した本件土地に係る共有持分を、取得価額を下回る相続税評価額相当額で譲渡することには経済的合理性がないこと
- 3) 本件土地の時価が下落した事実が認められないなか、本件各共有持分を相続税評価額相当額で長男らに譲渡することにより、譲渡損失を発生させ、譲渡者の財産が減少していること

お見逃しなく！

東京地裁の判決では、路線価について時価の80%よりも低く、それが明らかな場合は「著しく低い価額」になり得るとしており、実務上は慎重な判断が求められます。

このニュースレターはWebで随時公開していきます。<http://www.gtjapan.com>
© 太陽ASGグループ（グラント・ソントン加盟事務所）

琉球銀行

那覇新都心支店

2007 12月25日(火)

新設オープン

ますます進化する街、
那覇新都心にいよいよオープン！
地域の皆様に愛される銀行を
目指してまいります。
どうぞよろしくお願い致します。



外観イメージ

◆営業時間◆	
窓口	午前9:00～午後4:00
ATM	平日 午前7:00～午後10:00
	土・日祝祭日 午前9:00～午後8:00



那覇新都心支店 〒900-0004 沖縄県那覇市銘苅2丁目2番1号
TEL.098-864-2233

小麦価格の上昇

— 不作で最高値を更新 —

2007年10月1日から輸入小麦の価格が上がっています。小麦の国際相場の上昇を受け07年10月期(同年10月～08年3月)までの輸入小麦の価格は、今年4～9月に比べ10%上昇しました。

国内で流通する小麦の9割は外国産です。輸入小麦は主に政府が買い取り、企業へ販売しています。国内での小麦の売渡価格は「輸入小麦の価格」変動とは直接連動していませんでしたが、07年4月に制度が変更され、輸入小麦の売渡価格が24年ぶりに1.3%値上がりしました。

小麦相場は、05年は1ブッシェル(約27キログラム)＝3ドル台で推移していましたが、世界的な需要拡大を受け06年夏頃から上昇を始めました。生産地であるオーストラリアやウクライナなどが、温暖化が原因ともいわれる干ばつで不作となったことなどが影響し、07年9月には1ブッシェル＝9ドル台の最高値を更新しています。

小麦の大幅な値上がりで大手食品メーカーなどが製品の値上げに踏み切っています。県内でも業務用粉と家庭用粉の値上げが決まり、県内食品メーカーも価格の値上げの検討に入ったようです。小麦粉は沖縄そば、パン、お菓子と私たちの生活に関わりの深い食材です。今後相場の高騰が更に続くようであれば、家計への影響が心配されます。



りゅうぎん総合研究所
上席研究員 比嘉 盛樹

輸入小麦の売渡価格

	単位:円/トン(税込み)		
	19年4月以前	19年4月期(4～9月)	19年10月期(10～3月)
アメリカ産ノーザン・スプリング(主にパン用)	49,270	49,270	54,190
カナダ産ウェスタン・レッド・スプリング(主にパン用)	51,140	51,140	56,250
アメリカ産ハード・レッド・ウィンター(主に中華麵用)	45,920	47,440	52,170
オーストラリア産スタンダード・ホワイト(主に日本麵用)	46,350	48,660	53,530
アメリカ産ウェスタン・ホワイト(主に菓子用)	44,970	42,730	46,990
5銘柄加重平均価格	47,820	48,430	53,270

(出所)農林水産省

宮古島地区 — 飲酒運転の撲滅目指す — 運転代行業のモータープール制

飲酒運転による交通事故が大きな社会問題となっています。刑法や道路交通法の改正等で発生件数は毎年減少していますが、2006年に全国で発生した交通死亡事故5,668件のうち611件が飲酒運転によるものでした。沖縄では交通死亡事故61件のうち飲酒運転によるものが14件で、率としては全国平均の2倍以上で12年連続全国ワースト1となっています。また運転免許所有者10万人あたりの飲酒事故件数も、沖縄は26.6%と全国平均の14.7%を大きく上回っています。飲酒運転については県民全体で改善に向けた取組みが必要です。

このような中、「運転代行のモータープール制度」が最近注目を浴びています。この制度は飲酒した人が運転代行の到着を待ちきれずに飲酒運転を犯してしまうことを防ぐため、繁華街に近い駐車場などに運転代行の車を集め、短時間で客の依頼に対応できるようにしようというものです。全国では宮城県で、県内ではうるま市が実施していますが、宮古島市でも宮古島地区飲酒運転撲滅連絡協議会の主催で2007年10月11日からスタートしました。琉球銀行宮古支店のお客様駐車場を午後7時から翌朝の7時まで参加運転代行業者に開放し、モータープール内の携帯電話で顧客からの携帯電話を待つというものです。

宮古島市における今年度の飲酒運転検挙件数は2007年10月9日現在で151件となっています。本制度の実施により「飲酒運転の撲滅」が進むことを願って止みません。



琉球銀行 宮古支店長 伊芸 弘光

モータープール制の仕組み



木材価格の動向

— 値下げ圧力強まる予想 —

このところ木材の値段が激しく上下しています。県内木材価格の動きを代表的な指標であるコンクリート型枠用合板でみると、2004年半ばから2006年の初めにかけて900円台半ばで安定していたものが2006年の5月ごろから急激に上昇し、同年の年末から07年の初めにかけて7割高の1,650円をつけています。それが07年の春先からは一転して値を下げ9月には1,260円となっています。

この木材価格の動向に住宅着工戸数の動きを重ねてみると、持家やマンション、アパートといった住宅着工が移住者の増加や景気の回復を背景とした賃金上昇期待などから好調に推移するなか(さらにはホテルや商業施設などの事業用建物も相次ぎ建設されました)、木材価格も上昇しました。同じ時期に東南アジアにおける木材の伐採規制による原料不足などが重なったことも木材価格の上昇に拍車をかけました。

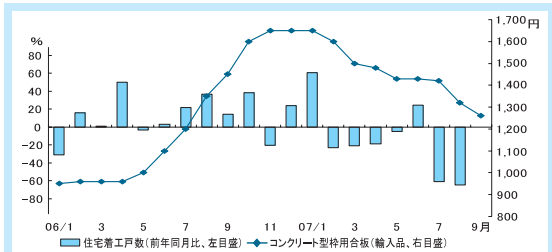
それが今年に入ってから様子が一変し、住宅着工が弱含み、それとほぼ同時に木材価格も下降に転じています。振り返ってみれば、木材価格の高騰がそれまで好調だった住宅などの建築意欲をそいだ要因のひとつとなったとも考えられます。さらに6月に施行された改正建築基準法が追い討ちをかけました。同法による建築確認の手続きの遅れから、7、8月の住宅着工戸数は大幅に減少し、木材価格も一段と低下しています。同法の影響は

しばらく続くものとみられ、この先木材価格にも下方への圧力がかかることが予想されます。



りゅうぎん総合研究所
調査研究部長 久高 豊

木材価格と住宅着工戸数の推移



資料：(財)建設物価調査会「建設物価」および国土交通省「住宅着工統計」
注：コンクリート型枠用合板(12×900×1,800mm、輸入品)は1枚あたりの価格。コンクリート型枠用合板は建築の基礎工事に広範に使われる。

雇用情勢

— 改善もなお全国と隔たり —

沖縄県の雇用情勢は改善傾向がみられるものの、全国と比較すると依然として厳しい状況となっています。そこで、県内の雇用情勢についてみてみたいと思います。

まず、新規求人数は、1998年に2万3,605人であったものが毎年、順調に増加を続け2006年には7万3,798人となりました。これを産業別にみると、医療、福祉や県が誘致を進めている情報通信業、相次ぐホテルの新規開業による宿泊業などで増加がみられました。

これに伴い有効求人倍率は98年に0.19倍であったものが、06年には0.46倍と順調に改善してきました。ただ、今年の1-8月の県内の有効求人倍率は0.42倍と弱含んで推移しています。これは、これまで一部県外の事業所からの求人が県内でカウントされてきたものが、その事業所の所在する県(地域)でカウントされるようになり、特に自動車組立て関連等の求人が大きく減少したことがあるようです。このような特殊要因を考慮しても、全国平均(06年)の1.06倍や特に景気の好調な愛知県約2.0倍と比較すると、県内はまだ低い状況となっています。

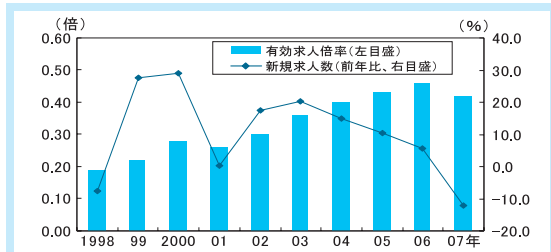
また、県内の完全失業率は7%台と今年に入っても高い水準で推移しており、3%台となった全国との差は縮まらないのが現状です。

このような状況を改善しようと県は、4万人の雇用を拡大し、完全失業率を4%台にすることを目指した「みんなでグッジョブ運動」の展開など、新たな取組みを始めています。



りゅうぎん総合研究所
上席研究員 伊佐 昭彦

県内の新規求人数と有効求人倍率の推移



(出所)沖縄労働局 ※07年は1-8月

琉球銀行

那覇新都心支店の

全自動

貸金庫

安心1 プライバシーも保護される
安心システムです。

お客様にお渡しする鍵でしか開閉できません。

安心2 お気軽にご利用できます。

ご利用可能時間なら、必要なときに何回でも
[貸金庫]をご利用頂けます。

安心3 保管品の大きさに合わせて
サイズが選べます。

[貸金庫]のサイズは各種ご用意しております。
収納に最適なサイズをお選び下さい。

安心4 使用料はご指定口座からの
引落しです。

年間使用料が必要になります。お支払いは、毎年
4月にご指定口座から自動的に引落しさせて
いただきますので、手間がかからず便利です。

お客様の大切な財産をお預かりして、
盗難や火災などの被害からお守りします。

貸金庫は下記のサイズをご用意しております。
保管物の大きさに応じてお選び下さい。

重要書類

預金証書

預金通帳

権利証

契約書

その他重要書類

貴重品等

宝石

貴金属

その他貴重品

※危険物や変質のおそれのあるものはお預かりできません。

※各サイズによって年間使用料が異なります。
※貸金庫の前面積は約B4サイズ(幅26cm×奥行35cm)です。

	高さ	容積	使用料	
			年間(税込)	月額(税込)
Aタイプ	6cm	5,460cm ³	16,800円	1,400円
Bタイプ	10cm	9,100cm ³	18,900円	1,575円
Cタイプ	14cm	12,740cm ³	21,000円	1,750円

お申込み
に必要なもの

通帳・届出印及び本人確認資料(運転免許証等)を
窓口までご持参ください。
※お手続きには、簡単な審査が必要となります。

ご利用可能時間

平日 午前9:00～午後5:00まで

2007

10

経済日誌

沖 縄

- 10.1 日銀那覇支店の短期経済観測(短観)によると、県内企業の業況を示す業況判断指数(DI)は全産業でプラス8と前回6月に比べ3ポイント改善し、3期連続でプラスとなった。
- 10.1 沖縄製粉(那覇市)は、11月からの小麦粉価格を6~8%引き上げると発表した。輸入小麦の政府売り渡し価格が10%値上がりしたことによるもの。
- 10.5 とまりんを運営する那覇市の第3セクター・泊ふ頭開発は、ホテル部分の売却の優先交渉先を三井不動産に決定した。
- 10.9 県内スーパー最大手のサンエー(宜野湾市)の2007年8月中間決算は、総売上が前年同期比5.4%増の643億6,800万円となり、経常利益は同4.3%増の46億9,200万円と中間期としては過去最高となった。
- 10.18 沖縄セルラー(那覇市)の07年9月の中間決算は、売上高にあたる営業収益が契約数の伸びから前年同期比3.6%増の238億9,300万円となったものの、経常利益は販売奨励金などの営業費の増加から同4.0%減の57億8,100万円となった。
- 10.25 県が発表した9月の入域観光客数は前年同月比7.7%増の52万8,400人となり、9月としては初めて50万人を突破、過去最多となった。
- 10.27 内閣府と県などが情報通信業の一大集積拠点として整備するIT津梁パーク構想で、うるま市州崎の中城湾新港地区内用地が有力な候補地にあげられた。
- 10.31 カヌチャベイリゾート(名護市)は、不動産開発業のゼクス(東京都)と共同で名護市のカヌチャベイホテル&ヴィラズの敷地内に、31階建て、客室数約300室のホテル棟を建設する。12年の開業を予定している。

全国・海外

- 10.1 日銀の短観によると、業況判断指数(DI)の代表的な指標である大企業製造業はプラス23と前回6月と比べ横ばいだった。
- 10.1 日本郵政公社が民営化され、総社員24万人の巨大企業、民営郵政の業務が本格始動した。
- 10.2 ミシティグループは、外国企業による初の三角合併の手法を活用して、傘下の日興コーディアルグループの株式を追加取得し、完全子会社化すると発表した。
- 10.5 郵政民営化で発足した日本郵政グループと国内物流の最大手の日本通運は、08年10月をめどに、宅配便事業などで、包括的な業務提携で合意したと発表した。
- 10.17 内閣府は、国・地方の基礎的財政収支を11年度に黒字化するには、歳出削減が進まない場合、最大で消費税2.5%分の6兆6,000億円の増税が必要との試算を経済財政諮問会議に示した。
- 10.22 世界流通最大手のウォルマート・ストアーズは、子会社で経営再建中の西友の全株式を、株式公開買い付け(TOB)により取得し、完全子会社化すると発表した。
- 10.26 英会話学校最大手のNOVAは、会社更生法の適用を大阪地裁に申請し、同地裁は財産の保全命令を出した。負債総額は約439億円になる。
- 10.29 石油元売り最大手の新日本石油は、石油製品の11月出荷分卸価格を10月と比べ1リットル当り6円程度上げると発表した。他の元売り各社も大幅に引き上げる見通しである。
- 10.31 日銀は発表した「経済・物価情勢の展望」(展望レポート)の中で、07年度の実質経済成長率の見通しを1.8%と、4月の前回レポートより0.3ポイント下方修正した。

Economic Indicators vol.1

沖縄県内の主要経済指標(その1)

暦年	百貨店 売上高	スーパー 売上高 (既存店)	スーパー 売上高 (全店)	電気製品 卸売額	新車販売 台数	泡盛 出荷量	公共工事請負額		建築着工床面積	
	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	百万円	前年比	千平米	前年比
2004	▲4.4	▲3.9	1.3	0.7	4.1	12.9	281,802	▲14.6	2,005.4	▲2.8
2005	▲1.4	▲1.5	1.9	3.8	8.0	▲4.0	270,471	▲4.0	1,952.7	▲2.6
2006	0.0	▲0.6	1.8	5.3	5.0	▲2.0	242,038	▲10.5	2,383.5	22.1
2006 8	▲9.9	▲3.6	▲1.6	▲0.5	▲7.6	▲6.0	19,206	▲24.7	187.0	32.1
9	2.1	0.5	2.7	11.7	▲3.7	▲10.4	39,466	17.8	207.3	11.1
10	0.4	▲1.1	2.0	▲18.5	▲4.3	0.1	28,081	▲6.6	238.3	15.6
11	1.4	▲0.4	2.4	▲6.0	▲2.5	4.9	20,022	4.3	190.1	11.5
12	▲4.7	▲1.1	1.2	4.8	14.1	2.1	19,630	7.8	245.4	99.2
2007 1	1.1	▲0.4	1.8	14.1	▲1.9	▲12.5	12,376	▲22.0	190.1	54.0
2	2.5	1.4	3.4	8.4	▲2.9	▲2.7	11,548	▲37.2	141.9	▲18.3
3	2.4	0.5	3.2	▲15.2	▲11.5	▲6.5	58,189	114.5	113.4	▲32.5
4	▲4.8	▲0.2	2.7	▲4.7	▲8.8	3.2	7,964	▲53.6	230.1	▲13.2
5	5.6	▲0.1	2.3	▲1.7	▲6.8	▲3.3	11,809	24.1	178.3	▲6.4
6	3.9	▲2.4	0.5	▲2.4	▲0.2	▲2.6	26,365	93.3	294.1	63.2
7	▲7.8	▲2.2	▲0.5	1.9	▲1.2	▲6.1	18,714	34.5	104.9	▲51.1
8	13.0	4.2	6.5	10.3	▲3.5	-	23,058	20.1	83.5	▲55.4
9	0.4	1.4	3.7	1.6	2.8	-	27,028	▲31.5	-	-
出所	りゅうぎん総合研究所調べ				自販協	酒造連	西日本建設業保証 沖縄支店		国土交通省	

注) 新車販売台数の出所は沖縄県自動車販売協会、泡盛出荷量は沖縄県酒造組合連合会。

注) 電気製品卸売販売額は2007年6月より調査先が10社から9社ベースへと変更になったため、前年比増減については07年6月以降不連続となり、実際より低めに推移するとみられる。

暦年	新設住宅着工戸数		建設 受注額	セメント 出荷数量	生コン 出荷数量	鋼材 売上高	建材 売上高	入域観光客数		観光施設 入場者数
	戸	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	千人	前年比	前年比
2004	13,502	▲2.7	▲6.9	▲0.5	1.0	30.6	▲0.7	5,153.2	1.3	▲7.5
2005	14,503	7.4	▲8.3	▲4.4	▲3.9	3.0	▲2.6	5,500.1	6.7	0.8
2006	16,266	12.2	6.8	▲5.0	2.2	▲1.3	4.7	5,636.9	2.5	7.2
2006 8	1,719	36.8	19.7	▲3.8	3.8	▲2.2	16.5	569.2	1.0	0.3
9	1,473	14.3	30.1	▲9.0	▲5.7	4.1	11.3	490.4	▲0.2	3.1
10	1,724	38.3	19.2	▲7.9	3.7	13.1	10.7	519.9	8.3	13.4
11	958	▲20.6	41.4	▲5.7	▲1.8	▲5.7	▲9.2	474.5	6.1	8.7
12	1,214	23.6	▲2.3	▲2.8	▲3.9	▲2.6	▲2.2	455.1	3.2	10.0
2007 1	1,350	60.7	216.1	11.5	17.2	16.5	16.0	435.8	4.4	7.7
2	1,014	▲23.1	79.1	15.5	7.8	14.0	11.6	465.6	6.9	14.4
3	889	▲21.2	17.4	7.9	13.4	23.4	16.9	557.7	3.5	1.2
4	1,331	▲19.0	▲21.9	▲1.1	▲2.4	12.8	▲6.0	475.3	4.8	6.8
5	1,160	▲4.8	▲0.2	8.4	7.9	29.4	▲11.7	420.4	0.6	3.2
6	1,599	24.3	117.6	2.4	3.7	6.0	1.5	417.2	3.2	7.3
7	681	▲61.0	95.9	▲7.8	▲16.5	14.1	▲13.7	447.6	3.5	▲1.2
8	608	▲64.6	▲27.6	▲4.9	▲3.2	13.5	▲17.4	614.2	7.9	16.7
9	-	-	▲8.9	▲8.7	▲9.5	▲6.2	▲17.4	528.4	7.7	14.5
出所	国土交通省		りゅうぎん総合研究所調べ				沖縄県観光商工部 観光企画課		りゅうぎん 総合研究所	

注) 生コンは06年4月より調査先数を変更した(生コン協同組合の減少による)。

Economic Indicators vol.2

沖縄県内の主要経済指標(その2)

暦年	ホテル稼働率 (実数)		ホテル売上高 (前年比)		ゴルフ場 入場者数	広告収入	鉱工業生産指数 (季調値)		電力使用量	
	市内	リゾート	市内	リゾート	前年比	前年比	2000年=100	前年比	百万KW	前年比
2004	77.0	74.5	▲0.7	▲0.2	▲5.3	▲0.7	91.7	▲3.0	3,414	▲18.0
2005	79.3	78.3	2.9	3.2	▲5.9	0.3	87.0	▲5.1	3,283	▲3.8
2006	78.9	78.6	▲2.7	3.4	▲5.8	▲2.0	84.2	▲3.2	3,316	1.0
2006 8	82.8	91.9	▲4.9	4.1	1.6	▲2.1	82.9	▲9.3	363	▲0.5
9	72.3	84.6	▲7.1	5.1	3.1	▲6.6	87.6	▲3.1	360	1.5
10	84.5	86.4	▲2.3	6.1	▲1.2	0.7	85.4	▲3.0	322	▲3.9
11	85.1	71.7	1.4	▲1.2	▲5.0	▲3.9	87.1	▲1.5	300	▲0.3
12	73.7	62.8	▲6.0	▲1.4	▲2.9	▲5.5	86.3	▲4.2	252	3.6
2007 1	78.6	70.8	2.4	▲0.7	▲3.5	0.4	91.7	4.7	237	6.5
2	91.5	85.4	4.2	4.1	2.6	▲3.8	91.3	4.4	219	2.4
3	85.9	86.5	▲2.2	3.6	▲1.6	▲4.0	82.2	6.6	207	2.7
4	72.9	78.5	▲1.1	5.7	2.3	0.5	78.3	▲4.5	237	4.6
5	62.0	70.9	▲9.6	▲4.4	5.9	▲3.9	82.5	▲3.4	237	1.2
6	74.3	73.1	1.9	▲0.1	10.5	▲3.8	80.4	▲3.5	286	▲1.7
7	67.6	85.3	▲9.3	2.1	4.1	1.9	77.6	▲7.2	332	0.8
8	84.4	94.0	▲1.5	6.6	1.1	1.4	-	-	376	3.4
9	81.8	91.7	2.9	2.1	2.0	-	-	-	-	-
出所	りゅうぎん総合研究所調べ					県企画部統計課		電気事業連合会		

注) ゴルフ場は、2006年10月より調査先を9ゴルフ場から8ゴルフ場とした。

注) ホテルは、2007年7月より調査先を18ホテルから19ホテルとした。

注) 鉱工業生産指数の暦年値、前年比は原指数の増減率。

暦年	企業倒産件数	負債総額		消費者物価指数	失業率 (未季調値)	就業者数	有効求人倍率 (季調値)	新規求人数 (県内)	通関輸出	通関輸入
	件	百万円	前年比	前年比	%	前年比	倍	前年比	百万円	百万円
2004	83	34,176	▲37.2	0.1	7.6	2.2	0.40	14.8	74,694	185,777
2005	80	57,269	67.6	▲0.3	7.9	0.5	0.43	10.6	74,608	210,046
2006	83	48,250	▲15.7	0.0	7.7	▲0.2	0.46	5.6	111,241	240,970
2006 8	13	3,590	101.8	0.7	7.8	1.0	0.50	10.2	7,532	29,089
9	8	1,450	▲94.2	0.5	7.8	2.2	0.49	12.6	7,023	15,399
10	9	2,573	138.2	0.5	7.4	0.5	0.47	▲2.1	12,207	19,101
11	3	305	▲86.4	0.4	7.1	▲0.3	0.43	▲18.8	10,047	18,228
12	7	25,580	10,558.3	0.3	7.2	▲1.7	0.43	1.4	5,284	13,369
2007 1	7	735	162.5	0.0	7.6	▲4.0	0.37	▲17.7	4,105	16,788
2	4	300	▲91.6	0.1	7.6	▲2.1	0.40	▲8.6	2,471	18,603
3	4	353	▲79.2	▲0.1	7.5	▲2.6	0.43	▲2.7	2,717	18,234
4	7	1,561	36.2	0.0	8.0	▲3.7	0.43	▲10.4	2,687	15,038
5	11	1,089	▲48.6	0.0	7.3	▲1.0	0.42	▲6.7	2,545	16,203
6	5	1,750	▲13.1	▲0.4	7.5	0.0	0.44	▲14.7	9,824	8,160
7	4	362	▲90.8	0.2	7.9	▲0.5	0.43	▲25.5	5,164	15,927
8	8	720	▲79.9	0.0	7.5	0.0	0.44	▲7.6	3,259	24,244
9	4	433	▲70.1	0.0	7.6	0.5	0.44	▲21.5	7,551	16,152
出所	東京商工リサーチ沖縄支店		県企画部統計課			沖縄労働局		沖縄地区税関		

注) 有効求人倍率は、2005年12月以前は新季節調整値により改訂された。

注) 消費者物価指数は、2006年7月より2005年=100に改定された。

Financial Statistics

沖縄県内の金融統計

年度	銀行券 発行額	銀行券 還収額	銀行券 増減 (▲還収 超)	貸出金利 (地銀3行)	手形交換高(金額は億円)				不渡実数 (金額)	不渡 発生率
	億円	億円	億円	月末%	千枚	前年比	金額	前年比	百万円	%
2004FY	4,178	5,265	▲1,087	2.644	548	▲11.7	8,574	▲8.2	2,066	0.241
2005FY	3,384	4,630	▲1,309	2.634	471	▲13.9	7,998	▲6.7	1,583	0.198
2006FY	3,472	4,827	▲1,342	2.637	432	▲8.3	7,655	▲4.3	2,850	0.372
2006 8	243	445	▲201	2.561	37	▲14.3	641	▲14.3	333	0.519
9	211	406	▲195	2.533	32	▲16.5	569	▲14.3	425	0.747
10	284	395	▲81	2,619	39	5.6	643	8.2	293	0.456
11	253	378	▲125	2.614	36	▲4.7	585	3.7	177	0.302
12	603	218	385	2.637	35	▲8.0	608	▲7.7	172	0.282
2007 1	124	655	▲531	2.629	36	▲0.1	588	▲1.4	99	0.169
2	288	364	▲75	2.590	34	▲4.1	562	1.6	73	0.130
3	307	414	▲107	2.523	34	▲12.8	634	▲14.4	43	0.068
4	358	344	14	2.611	34	1.1	609	4.5	156	0.256
5	240	598	▲357	2.596	41	▲1.6	717	▲14.6	383	0.534
6	329	322	6	2.627	32	▲16.1	490	▲34.4	109	0.222
7	271	406	▲135	2.609	38	4.8	686	4.5	177	0.259
8	276	421	▲144	2.609	35	▲5.2	574	▲10.5	91	0.159
9	-	-	-	-	29	▲8.4	491	▲13.7	28	0.056
出所	日本銀行那覇支店				那覇手形交換所					

注) 不渡発生率は、不渡実数(金額)÷手形交換高(金額)×100

年度	地銀3行預金量 (信託勘定含む未残)		郵便貯金 (未残)		地銀3行融資量 (信託勘定含む未残)		沖縄振興開発 金融公庫融資量 (未残)		沖縄県信用保証協 会債務残高	
	億円	前年比	億円	前年比	億円	前年比	億円	前年比	億円	前年比
2004FY	30,723	2.8	9,244	▲5.2	24,414	0.6	14,154	▲5.9	1,420	▲7.4
2005FY	30,548	▲0.6	8,559	▲7.4	23,921	▲2.0	13,067	▲7.7	1,313	▲7.5
2006FY	31,604	3.5	-	-	25,123	5.0	12,393	▲5.2	1,273	▲3.0
2006 8	30,044	0.1	-	-	23,042	▲0.2	12,606	▲8.5	1,241	▲5.7
9	30,646	1.0	-	-	23,712	▲0.9	12,584	▲7.7	1,245	▲5.6
10	29,816	0.6	-	-	23,316	▲0.6	12,527	▲7.6	1,245	▲5.4
11	30,252	0.6	-	-	23,373	▲0.4	12,454	▲7.6	1,236	▲5.2
12	30,310	0.7	-	-	23,658	▲1.0	12,363	▲7.6	1,254	▲3.8
2007 1	29,932	1.6	-	-	23,633	▲0.5	12,290	▲6.8	1,241	▲4.6
2	30,144	1.5	-	-	24,074	0.4	12,252	▲7.1	1,239	▲4.0
3	31,604	3.5	-	-	25,123	5.0	12,393	▲5.2	1,273	▲3.0
4	31,320	2.3	-	-	24,381	6.4	12,331	▲5.0	1,245	▲3.3
5	30,971	2.5	-	-	24,203	6.4	12,275	▲5.4	1,185	▲4.4
6	31,879	3.3	-	-	24,189	5.3	12,209	▲4.5	1,131	▲7.3
7	30,993	3.1	-	-	24,305	5.8	12,132	▲4.3	1,130	▲7.9
8	30,899	2.8	-	-	24,331	5.6	12,064	▲4.3	1,142	▲8.0
9	31,356	2.3	-	-	24,914	5.1	12,059	▲4.2	-	-
出所	琉球銀行		総務省		琉球銀行		沖縄振興開発金融 公庫		沖縄県信用保証協会	



とくとく
サービス!!

りゅうぎん ポイントサービス



ポイント数に応じてサービスいろいろ!

とくとく特典

特典
1

ATM時間外
手数料が **無料**

特典
2

通帳・証書の再発行手数料が無料
キャッシュカード(磁気・IC)の発行手数料
(更新・再発行を含む)が無料

特典
3

トラベラースチェック
発行手数料が5割引
※最低手数料500円はかかります。

特典
4

海外送金手数料から
100円割引

特典
5

ATM・インターネット
振込手数料割引

特典
6

各種個人向けローンの
金利優遇(0.5%~1%優遇)
※対象ローンはポイントサービスのチラシ
にてご確認ください。

ポイントサービスとは!

日頃お世話になっているお客様に対し、毎月のお取引内容をポイント化し、その合計ポイントに応じて手数料割引または金利優遇等の特典が受けられるサービスのことをいいます。

シルバーコース **50point** 以上

ゴールドコース **100point** 以上

エクセレントコース **200point** 以上

ポイントサービスのお申込みがまだの方は、店頭
のポイントサービス申込み用紙にご記入のうえ、
窓口または郵便にてお申込み下さい。



※商品についての詳しいお問い合わせは、りゅうぎん窓口かフリーコールまで。



0120-19-8689

琉球銀行 ポイントサービス

検索

<http://www.ryugin.co.jp/>

特集レポートバックナンバー

■平成18年

- | | | | |
|--------------|--|--------------|---|
| 3月 (No.437) | 法改正により厳しい経営環境に直面する
県内介護施設事業者
トピックス 最近の沖縄県の人口動態と
住宅着工の動向 | 3月 (No.449) | 経営トップに聞く セコム琉球株式会社
寄稿 多様化する韓国人の九州観光 |
| 4月 (No.438) | 沖縄県内における2006年プロ野球春季
キャンプの経済効果 | 4月 (No.450) | 経営トップに聞く 平安座総合開発株式会社
寄稿 団塊世代の退職と沖縄への影響 |
| 5月 (No.439) | 泡盛業界の現状と課題展望
2005年度の沖縄県経済の動向 | 5月 (No.451) | 経営トップに聞く オキコ株式会社
寄稿 脱コモディティ化のマーケティング戦略
An Entrepreneur 共立創研株式会社 |
| 8月 (No.442) | 寄稿 地方経済の新たな胎動
沖縄の経済統計に思うこと
特集 ガソリンスタンド(サービスステーション)の動向 | 6月 (No.452) | 経営トップに聞く 沖縄製粉株式会社
An Entrepreneur 沖縄健康社有限会社
寄稿 沖縄の企業の現状と課題
経済レポート 沖縄県内における2007年
プロ野球春季キャンプの経済効果 |
| 9月 (No.443) | トピックス ファミリービジネスとFBN
寄稿 最近の景気回復と地域経済
特集 沖縄県の主要経済指標 | 7月 (No.453) | 経営トップに聞く 株式会社アサヒ
An Entrepreneur 有限会社ちゅら企画販売
寄稿 小国マルタの躍進とガバナンスの可能性
特集 りゅうぎんビジネススクラップトップセミナー |
| 10月 (No.444) | 経営トップに聞く 株式会社沖縄バイリース | 8月 (No.454) | 経営トップに聞く 医療法人球陽会 海邦病院グループ
An Entrepreneur 有限会社アーキテクト・
デザイン・トオラス
寄稿 知的資産情報のディスクロージャー
経済レポート 宮古アイランドロック
フェスティバル2007経済効果
特集 名護市金融特区の現状と今後の課題 |
| 11月 (No.445) | 経営トップに聞く 株式会社フロンティアオキナワ21
トピックス FBNサミット視察ツアー参加報告
寄稿 沖縄観光の現状と課題 | 9月 (No.455) | 経営トップに聞く 沖縄ビル管理株式会社
An Entrepreneur 株式会社 高野屋
寄稿 ニューエコノミー時代における新技術戦略
-韓国ADSL技術開発の事例分析
経済レポート レンタカー業界の動向 |
| 12月 (No.446) | 経営トップに聞く 株式会社基土木
特集 第20回東京ビジネスサミット
寄稿 シリコンバレー成功の鍵~沖縄へのヒント~ | 10月 (No.456) | 経営トップに聞く 株式会社日進
An Entrepreneur 有限会社 沖縄ゼネラル
寄稿 統計データからみる沖縄県の情報サービス産業 |

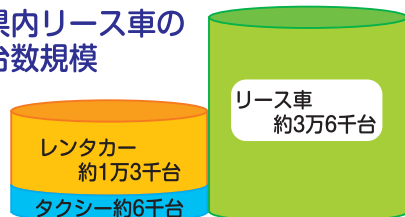
■平成19年

- | | |
|-------------|---|
| 1月 (No.447) | 経営トップに聞く 特定非営利活動法人 NDA
寄稿 県内市町村の財政状況
特集 沖縄県経済の2006年の回顧と2007年の展望 |
| 2月 (No.448) | 経営トップに聞く 株式会社まえさと
特集 りゅうぎんビジネススクラップトップセミナー
特集 沖縄県の主要経済指標 |

おかげさまで 取扱台数7,000台

1. リース台数が「タクシー台数+レンタカー台数」より多いという事実

県内リース車の 台数規模



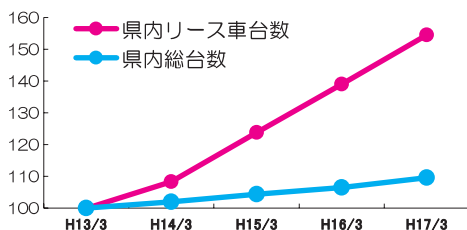
※各台数はH17.3/未現在

県内で走行しているリース車台数は、実にタクシー台数の約6倍、レンタカー台数の約3倍です。また、1企業あたり(*下記注)では約2台、オートリースの利用はここまで広がっています。

(*法人数は約1万9千社~17.1/未現在国税庁統計情報)

2. 低成長下において、増大を続けるリース台数

県内リース車台数の伸び率 (平成13年度を100とした場合)



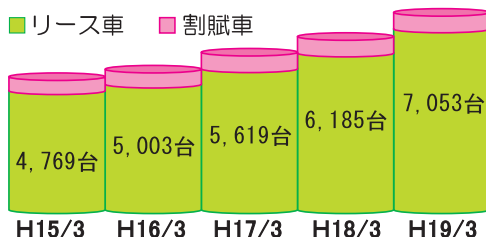
企業の経営効率化ニーズを受け、県内におけるオートリース利用は年々拡大してきております。この大幅な伸びは、県内総台数と比較して一目瞭然です。

*参考

	H13/3	H17/3
県内リース車台数	23,010	35,566
県内総台数	837,764	917,598

3. 県内トップクラスの保有台数は、皆様の支持の証し

当社取扱台数の推移



琉球リースは、県内初のリース会社として、「ビジネスの足」をバックアップしてまいりました。今日の実績は、これまでの取組みにより得られた「皆様のご支持」そのものです。

琉球リースは、新車・中古車、軽自動車から大型車まで、
車種・仕様を問わず、企業の自動車導入に“最適”をご提案します。



おかげさまで 35 周年
株式会社———企業のあすを共に考える

琉球リース

<http://www.rlease.co.jp/>

〒900-8550 沖縄県那覇市久茂地1-7-1
本 社：TEL098-866-5500
中部支店：TEL098-939-4880

りゅうぎん調査 No.457 平成19年 11月10日発行

発行所：株式会社りゅうぎん総合研究所
〒900-0025 那覇市壺川1丁目1番地9
りゅうぎん健保会館3階
TEL 835-4650 FAX 833-3732
印刷：沖縄高速印刷株式会社